

**ANALISIS PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS TERHADAP  
MINAT NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR  
CABANG TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG**



**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi Bisnis Islam**

**Oleh :**

**Faisal Afresdo Aslamy  
NPM : 1451020197  
Jurusan : Perbankan Syariah**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1439 H / 2018**

**ANALISIS PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS TERHADAP  
MINAT NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR  
CABANG TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Syarat-Syarat  
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)  
dalam Ilmu Ekonomi Bisnis Islam**

**Oleh :**

**Faisal Afresdo Aslamy  
NPM : 1451020197**

**Jurusan : Perbankan Syariah**

**Dosen Pembimbing I: Dr. Asriani S.H., M.H.  
Dosen Pembimbing II: Femei Purnamasari S.E., M.Si.**

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
1439 H / 2018**

## ABSTRAK

Bank Syariah Mandiri mengeluarkan produk cicil emas yaitu produk pembiayaan konsumtif yang bersifat investasi dengan tujuan menarik minat nasabah. Produk cicil emas menggunakan akad *murabahah*. Untuk menjaga keberlangsungan produknya, Bank Syariah Mandiri harus menerapkan perbaikan mekanisme produk mulai dari syarat-syarat, ketentuan yang tidak memberatkan, pelayanan yang maksimal, dan strategi promosi diterapkan dengan baik dan efektif yang bertujuan menarik minat nasabah sehingga berdampak pada meningkatnya jumlah nasabah dan penyaluran dana yang maksimal.

Penelitian ini memiliki tiga rumusan masalah penelitian, yaitu: Bagaimana strategi promosi produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung, Bagaimana syarat, ketentuan, dan resiko produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung dan Bagaimana kualitas pelayanan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung.

Tujuan masalah penelitian ini yaitu: Untuk mengetahui strategi promosi produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung, Untuk mengetahui syarat, ketentuan, dan resiko produk cicil emas terhadap minat masyarakat di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung dan Untuk mengetahui kualitas pelayanan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung.

Penelitian ini merupakan jenis penelitian lapangan (*field research*) dengan menggunakan metode kualitatif dan sifat penelitian analisis deskriptif, didukung dengan studi kepustakaan (*library reseach*). Pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan observasi (*pengamatan*), wawancara (*interview*) dan dokumentasi.

Berdasarkan hasil penelitian pembiayaan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung yaitu strategi promosi yang tidak efektif dan efisien sehingga semua masalah yang ditimbulkan berdampak pada kepuasan dan minat nasabah terhadap produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar Lampung. Dalam syarat-syarat dan ketentuan pembiayaan produk cicil emas terbilang memberatkan nasabah namun seperti: blokir 1x angsuran atau angsuran dibayar diawal bersamaan dengan pengenaan biaya-biaya yang banyak dan kualitas pelayanan pembiayaan produk cicil emas dari segi *Responsivness* yang terbilang kurang maksimal dirasakan oleh nasabah dalam proses melakukan pembiayaan produk cicil emas.

**Kata kunci: Pembiayaan Produk Cicil Emas, Minat Nasabah**





**KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
RADEN INTAN LAMPUNG  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**

**Alamat : Jl. Letkol H. Endro Suratmin Sukarame Bandar Lampung Telp.(0721)704030**

**PERSETUJUAN**

**Judul Skripsi : ANALISIS PEMBIAYAAN PRODUK CICIL  
EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DI BANK  
SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TELUK  
BETUNG BANDAR LAMPUNG**

**Nama Mahasiswa : Faisal Afresdo Aslamy  
NPM : 1451020197  
Jurusan : Perbankan Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam**

**MENYETUJUI**

**Untuk di Munaqasahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqasah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung**

**Pembimbing I**

**Pembimbing II**

**Dr. Asriani, S.H.,M.H**

**Femei Purnamasari, S.E.,M.Si.**

**NIP. 196505061992032001**

**NIP. 198405212015032004**

**Mengetahui**

**Ketua Jurusan Perbankan Syariah**

**Ahmad Habibi, S.E.,M.E**

**NIP. 19790105142003121003**





**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM**  
**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI**  
**RADEN INTAN LAMPUNG**

*Alamat Jl. Let. Kol. Endro Suratmin Sukarame I bandar Lampung 35131 Telpn/Faks. (0721*

**PENGESAHAN**

Skripsi dengan judul “ANALISIS PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TELUK BETUNG BANDAR LAMPUNG”, disusun oleh **FAISAL AFRESDO ASLAMY NPM 1451020197**, Jurusan Perbankan Syariah, telah diujikan dalam sidang Munaqosyah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Raden Intan Lampung pada Hari/Tanggal: **Jum’at, 26 Oktober 2018**

**TIM MUNAQOSYAH**

Ketua Sidang : Dr. Ruslan Abdul Ghofur, M.Si

Sekretaris Sidang : M. Yusuf Bachtiar, M.E

Penguji I : Budimansyah, S.Th. I, M. Kom. I

Penguji II : Dr. Asriani, S.H., M.H

**Dekan**

**Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam**

**Dr. Moh. Bahrudin, M. A**  
**NIP. 195808241989031003**



## MOTTO

مَثَلُ الَّذِينَ يُنْفِقُونَ أَمْوَالَهُمْ فِي سَبِيلِ اللَّهِ كَمَثَلِ حَبَّةٍ أَنْبَتَتْ سَبْعَ سَنَابِلٍ فِي كُلِّ  
سُنْبُلَةٍ مِائَةُ حَبَّةٍ وَاللَّهُ يُضَاعِفُ لِمَنْ يَشَاءُ وَاللَّهُ وَاسِعٌ عَلِيمٌ

Artinya :

*“Perumpamaan (nafkah yang dikeluarkan oleh) orang-orang yang menafkahkan hartanya di jalan Allah adalah serupa dengan sebutir benih yang menumbuhkan tujuh bulir, pada tiap-tiap bulir seratus biji. Allah melipat gandakan (ganjaran) bagi siapa yang Dia kehendaki. Dan Allah Maha Luas (karunia-Nya) lagi Maha Mengetahui.” (Al-Baqarah 2 : 261)<sup>62</sup>*



---

<sup>62</sup> Departemen Agama, “Al-Hidayah Al-Qur’an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka”, Tangerang Selatan, 2010, QS. Al-Baqarah 2 :261.

## **PERSEMBAHAN**

Puji syukur atas kehadiran Allah SWT dengan berkat rahmat, karunia dan hidayah-Nya, sebagai bukti dan hormat serta kasih sayang saya persembahkan karya tulis ini untuk:

1. Kedua Orang Tua saya Ayahanda Afridam Sikumbang dan Ibunda Endang Siswanti tercinta yang telah menjadi panutan serta motivator terbesar dalam hidup. Do'a tulus dan terima kasih selalu ku persembahkan atas jasa, pengorbanan, mendidik dan membesarkanku dengan penuh sayang serta senantiasa mendo'akan sehingga penulis dapat menyelesaikan pendidikan di UIN Raden Intan Lampung.
2. Kedua Adik saya, Addelya Afresduay Aslamy dan Muzzammil Afrestlaw Aslamy yang sangat saya sayangi dan banggakan, yang telah memberikan dukungan dan harapan baru sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung.
3. Almamater tercinta UIN Raden Intan Lampung

## **RIWAYAT HIDUP**

Faisal Afresdo Aslamy dilahirkan di kecamatan Teluk betung selatan, Bandar Lampung 27 April 1997. Anak pertama dari tiga bersaudara dari pasangan Bapak Afridam Sikumbang dan Ibu Endang Siswanti yang bertempat di Negeri Olok Gading Jalan Jati, Kecamatan Teluk betung barat, Kota Bandar Lampung.

Riwayat pendidikan :

1. Sekolah Dasar Negeri 1 Pesawahan, Kecamatan Teluk betung selatan, Kota Bandar Lampung, lulus pada tahun 2008.
2. Sekolah Menengah Pertama Negeri 6 Bandar Lampung , Lulus Pada Tahun 2011.
3. Sekolah Menengah Atas Negeri 11 Bandar Lampung, Lulus Pada Tahun 2014.
4. Tahun 2014, Penulis Terdaftar Sebagai Mahasiswa jurusan Perbankan Syariah Fakultas Syariah yang sejak tahun 2016 berubah menjadi Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) UIN Raden Intan Lampung. Pada Juli tahun 2017 penulis berkesempatan memperoleh pengalaman sosial bermasyarakat dengan menjalankan Kuliah Kerja Nyata UIN Raden Intan Lampung di desa Panggung rejo Kecamatan Sukaharjo, Kabupaten Pringsewu selama 35 hari.



## KATA PENGANTAR

Segala puji syukur penulis panjatkan hanya bagi Allah SWT, pencipta dan pemelihara seluruh alam semesta, yang atas limpahan rahmat, taufik dan hidayah-Nya, penulis mampu menyelesaikan penulisan skripsi yang berjudul Analisis Pembiayaan Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung.

Skripsi ini disusun sebagai tugas dan persyaratan menyelesaikan program studi Strata Satu (S1) guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi(S.E) di Program Studi Perbankan Syariah di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.

Penulis menyadari bahwa tugas akhir ini bukanlah tujuan akhir dari belajar, karena belajar adalah sesuatu yang tidak terbatas. terselesaikannya skripsi ini tentunya tak lepas dari dorongan dan uluran tangan berbagai pihak. Oleh karena itu, tak salah kiranya bila penulis mengungkapkan rasa terimakasih dan penghargaan kepada :

1. Bapak Dr. Moh. Bahrudin, M.A selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
2. Bapak Dr. Ruslan Abdul Ghofur, S.Ag., M.S.I selaku Wakil Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.
3. Bapak Ahmad Habibi, S.E., M.E. selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

4. Ibu Asriani, S.H.,M.H selaku pembimbing I dan Ibu Femei Purnamasari S.E.,M.Si selaku Pembimbing II, yang telah menyediakan waktu untuk memberikan masukan dan saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Pengajar dan Pegawai Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Program Studi Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung yang telah membantu penulis mendapatkan informasi dan urusan kampus.
6. Kepada PT. Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung yang terkhusus Kak Kurnia selaku CBRM, Kak Yudis selaku marketing, Mba Yuliawati selaku Customer Service dan Pak Eko selaku Manager Operational beserta pegawai lain yang memberikan izin dan membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini.
7. Teman-teman seperjuangan prodi perbankan syariah kelas G angkatan 2014.
8. Kepada sahabatku Azzi, Sahlan, Rio, Surya, M. Adhi Qisti, Ahmad Hid, Yudhistira, Anggi, Dedi, Iqbal, Riski, Yusuf, Fauzi dan tidak bisa kusebutkan satu persatu selalu memberikan bantuan, motivasi dan semangat.
9. Kepada Keluargaku KKN 245 Panggung Rejo Kabupaten Pringsewu Bude, Pakde Sarino, Mba Ani, Mba Eka, Haris A'rifai, Hamzah, Indah, Widya, Osa, Melta, Anisa, Nia Mardiana dan Nia Kurniati.

Semoga Allah SWT membalas kebaikan dan ketulusan semua pihak yang telah membantu menyelesaikan Tugas Akhir ini dengan melimpahkan rahmat dan karunia-Nya. Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kata

sempurna, untuk sekiranya para pembaca dapat memberi masukan dan saran-saran guna melengkapi tulisan ini.

Bandar Lampung, 06 Juli 2018

Faisal Afresdo A  
1451020197





## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL</b>	<b>ii</b>
<b>ABSTRAK</b>	<b>iii</b>
<b>PENGESAHAN</b>	<b>iv</b>
<b>PERSETUJUAN</b>	<b>v</b>
<b>SURAT PERNYATAAN</b>	<b>vi</b>
<b>MOTTO</b>	<b>vii</b>
<b>PERSEMBAHAN</b>	<b>viii</b>
<b>RIWAYAT HIDUP</b>	<b>ix</b>
<b>KATA PENGANTAR</b>	<b>x</b>
<b>DAFTAR ISI</b>	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR TABEL</b>	<b>xv</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b>	<b>xvi</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN</b>	<b>xvii</b>

### **BAB I PENDAHULUAN**

A. Penegasan Judul	1
B. Alasan Memilih Judul	2
C. Latar Belakang Masalah	4
D. Rumusan Masalah	10
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian	10
F. Metode Penelitian	12
G. Kerangka Teori	20
H. Penelitian Terdahulu	24

### **BAB II LANDASAN TEORI**

A. Falsafah Pembiayaan di Bank Syariah	
1. Aspek Syariah	34
2. Aspek Ekonomi	34
B. Pengertian dan Konsep Akad <i>Murabahah</i>	
1. Definisi akad <i>murabahah</i>	34
2. Landasan Hukum pembiayaan akad <i>murabahah</i>	37
3. Jual beli emas secara tidak tunai	42
4. Potensi Resiko investasi logam mulia	44
C. Strategi Promosi	
1. Pengertian promosi	45
2. Tujuan dan Jenis Promosi	46
3. Bauran promosi	47
D. Kualitas Pelayanan	
1. Pengertian dan konsep kualitas pelayanan	54

2. Tujuan dan manfaat kualitas pelayanan .....	55
3. Dimensi Kualitas pelayanan .....	55

### **BAB III PENYAJIAN DATA**

A. Gambaran Umum Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung	
1. Sejarah Berdirinya Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung .....	57
2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung .....	60
3. Shared Values ETHIC dan 10 Perilaku Utama Bank Syariah Mandiri .....	61
4. Lokasi Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung .....	63
5. Struktur Kepengurusan Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung .....	64
6. Produk-produk Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung .....	65
B. Sumber data Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung	
1. Konsep Produk cicil emas .....	76
2. Strategi Promosi Produk Cicil Emas .....	78
3. Syarat-syarat Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	80
4. Ketentuan Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	81
5. Resiko Produk Cicil Emas .....	82
6. Skema alur Pembiayaan Produk Cicil Emas .....	83
7. Usia Responden .....	85
8. Ketentuan usia pembiayaan produk cicil emas .....	86
9. Jenis kelamin .....	87
C. Hasil Wawancara Responden	
1. Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung .....	88
2. Syarat, Ketentuan dan Resiko terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung .....	90
3. Kualitas Pelayanan Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung .....	94

### **BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN**

A. Strategi Promosi Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah di BSM Kc Teluk betung .....	97
B. Syarat, Ketentuan, dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di BSM Kc Teluk betung .....	99
C. Kualitas Pelayanan Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di BSM Kc Teluk betung .....	100

### **BAB V Kesimpulan dan Saran**

A. Kesimpulan .....	102
B. Saran .....	104

### **DAFTAR PUSTAKA**

### **LAMPIRAN**

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel</b>	<b>Halaman</b>
1. Jumlah Nasabah Produk cicil emas.....	8
2. Tinjauan Pustaka.....	24
3. Distribusi Jawaban Responden berdasarkan Usia.....	85
4. Ketentuan Usia Pembiayaan Produk cicil emas.....	86
5. Distrubusi Jawaban Responden berdasarkan Jenis Kelamin.....	87
6. Hasil Wawancara Nasabah terkait Strategi Promosi Produk cicil emas terhadap Minat Nasabah.....	88
7. Hasil Wawancara Nasabah terkait Syarat-syarat, Ketentuan dan Resiko terhadap Minat Nasabah.....	90
8. Hasil Wawancara Nasabah terkait Kualitas Pelayanan Produk cicil emas terhadap Minat Nasabah.....	94



## DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
1. Kerangka berfikir .....	23
2. Struktur Organisasi .....	64
3. Alur Pembiayaan Produk cicil emas .....	83



## **DAFTAR LAMPIRAN**

1. Surat Persetujuan Pra Riset
2. Surat Permohonan Izin Riset
3. Surat Persetujuan Izin Riset
4. Permohonan Izin Magang
5. Surat Keputusan Dekan
6. Berita Acara Proposal Skripsi
7. Berita Acara Munaqasah
8. Foto Dokumentasi
9. Daftar Pertanyaan Wawancara
10. Daftar Nama Nasabah Beserta Tanda tangan
11. Blanko Konsultasi Bimbingan
12. Brosur Simulasi Cicil Emas



## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Penegasan Judul**

Agar memudahkan dalam memahami judul skripsi ini dan tidak menimbulkan kesalahpahaman bagi para pembaca maka perlu adanya uraian terhadap penegasan arti dan makna dari beberapa istilah yang terkait dengan tujuan skripsi ini. Dengan penegasan tersebut diharapkan tidak akan terjadi disinterpretasi terhadap pemaknaan judul dari beberapa istilah yang digunakan, disamping itu langkah ini merupakan proses penekanan terhadap pokok permasalahan yang akan dibahas.

Adapun judul skripsi ini adalah **ANALISIS PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI KANTOR CABANG TELUK BETUNG**. Untuk itu perlu uraian pengertian dari istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. Analisis adalah penyelidikan terhadap sesuatu peristiwa (karangan, perbuatan, dsb) untuk mengetahui keadaan yang sebenarnya.<sup>63</sup>
2. Pembiayaan merupakan pendanaan yang diberikan oleh suatu pihak kepada pihak lain untuk mendukung investasi yang telah direncanakan, baik dilakukan sendiri maupun lembaga.<sup>64</sup>

---

<sup>63</sup> Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi IV (Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008), h. 58.



3. Produk adalah sebuah benda atau pelayanan yang ditawarkan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen.<sup>65</sup>
4. BSM Cicil Emas merupakan fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri untuk pembiayaan kepemilikan emas berupa emas batangan dengan jangka waktu 2 sampai dengan 5 tahun dengan cara mencicil, dan menggunakan akad murabahah dalam pelaksanaannya.<sup>66</sup>
5. Minat Nasabah adalah kecenderungan yang menetap untuk memperhatikan dan mengenang beberapa aktivitas seseorang yang berminat terhadap akan itu secara konsisten dengan rasa senang serta mempengaruhi penerimaan minat-minat baru.<sup>67</sup>

## **B. Alasan Memilih Judul**

Adapun alasan dipilihnya judul ini adalah:

1. Secara Objektif
  - a. Minat masyarakat untuk berinvestasi emas yang sangat besar saat ini, namun masyarakat membutuhkan inovasi dari investasi yang memudahkan, meringankan bagi masyarakat sehingga masyarakat merasa nyaman dan senang untuk berinvestasi. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung mempunyai produk pembiayaan emas untuk nasabahnya yang ingin berinvestasi emas.

---

<sup>64</sup> Muhamad, *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h. 41.

<sup>65</sup> M.Taufiq Amir, *Dinamika Pemasaran* (Jakarta: PT.Raja Grafindo Persada, 2005), h. 8.

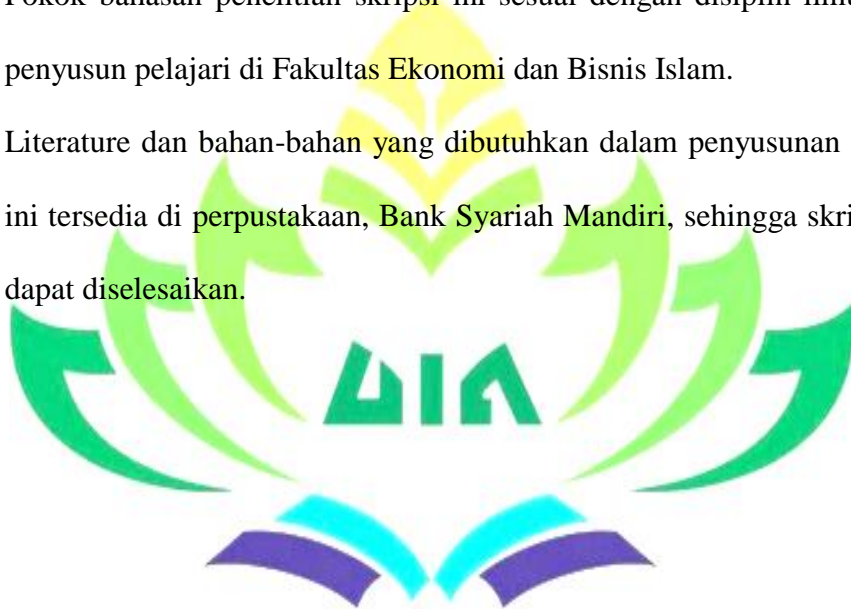
<sup>66</sup> Riski Iswandi, *Micro Banking Manager*. wawancara pribadi, 29 Oktober 2018.

<sup>67</sup> Syaiful Bahri Djamarah, *Psikologi Belajar* (Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008), h.132.

- b. BSM mengeluarkan produk inovasi cicil emas bagi nasabah dan masyarakat yang menggunakan mekanisme akad *murabahah* yang merupakan akad yang paling banyak digunakan dan diminati oleh nasabah. Sehingga peneliti lebih mudah mendapatkan data dan lebih mudah dalam memahami proses dalam akad *murabahah*.

2. Secara subjektif

- a. Pokok bahasan penelitian skripsi ini sesuai dengan disiplin ilmu yang menyusun pelajari di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam.
- b. Literature dan bahan-bahan yang dibutuhkan dalam penyusunan skripsi ini tersedia di perpustakaan, Bank Syariah Mandiri, sehingga skripsi ini dapat diselesaikan.



### C. Latar Belakang Masalah

Bank sebagai lembaga keuangan yang kegiatan usahanya adalah menghimpun dana dari masyarakat dan menyalurkan kembali dana tersebut ke masyarakat serta memberikan jasa-jasa bank lainnya.<sup>68</sup> Bank dan lembaga keuangan mulai membuat produk-produk yang inovatif serta diminati oleh masyarakat. Produk pembiayaan yang bersifat investasi dibuat dan dipasarkan tidak terkecuali bank syariah yang melihat peluang tersebut.

Investasi pada umumnya merupakan suatu istilah dengan beberapa pengertian yang berhubungan dengan keuangan dan ekonomi, *to use (money) make more money out of something that expected to increase in value*. Istilah tersebut berkaitan dengan akumulasi suatu bentuk aktiva dengan suatu harapan mendapatkan keuntungan di masa depan. Terkadang, investasi disebut juga sebagai penanaman modal.<sup>69</sup> Salah satunya yaitu emas yang mulai diminati oleh konsumen, investor untuk di investasikan dengan berbagai tujuan seperti sebagai simpanan masa depan, untuk pendidikan anak-anak, dan sebagai aset darurat yang memiliki nilai lebih. Ada banyak investasi yang kita kenal, salah satunya adalah investasi logam mulia, logam mulia yang banyak dijadikan sebagai harta benda maupun cadangan keuangan masyarakat adalah emas.

Selama ini harga emas cenderung stabil dan meningkat karena itu ketika kondisi Ekonomi memburuk atau terjadi ketidakpastian akan prospek

---

<sup>68</sup>Kasmir, *Dasar-dasar Perbankan* (Jakarta: Rajawali Pers, 2013), h. 3.

<sup>69</sup> Abdul Aziz, M.Ag., *Manajemen Investasi Syariah* (Bandung: Alfabet, cv, 2010), h. 31



perekonomian semua pihak akan cenderung memegang emas sebagai asetnya dibanding aset bentuk lainnya.<sup>70</sup> Emas lebih memiliki nilai dibandingkan nilai mata uang dengan cara menjaga daya beli tetap sama.

Kelebihan investasi emas yaitu bebas pajak (*tax free*) di Indonesia, karena emas batangan dimasukkan sebagai komoditi produksi yang tidak kena pajak. Sehingga dengan berinvestasi pada emas batangan, maka dapat diindikasikan telah berinvestasi pada aset yang bebas pajak. (sebelum dikeluarkan peraturan menteri keuangan Nomor 16/PMK/10/2016), namun saat ini penjualan emas batangan di Indonesia oleh badan usaha yang melakukan penjualan emas batangan di dalam negeri akan dikenakan PPh Pasal 22 sebesar 0,45% yang terutang dan dipungut saat penjualan oleh badan usaha yang bersangkutan.

Riset Sri Pengestuti (2010) dan Apriyanti (2011:2) membuktikan bahwa harga emas meningkat sebanding dengan pergerakan inflasi (*zero inflation*). Dengan demikian, berinvestasi pada logam mulia emas akan tetap menjaga nilai dari kekayaan.<sup>71</sup>

Bank Syariah adalah bank yang menjalankan kegiatan usahanya berdasarkan prinsip syariah.<sup>72</sup> Bank syariah juga berkegiatan menghimpun dana dan menyalurkan dananya untuk masyarakat dengan tujuan mendapatkan profit dan mashlahah. Produk dengan inovasi dan sesuatu yang sedang diminati tidak

---

<sup>70</sup> Anggoro Sugeng, "Analisis Ekonomi Islam terhadap Operasional Produk Investasi Emas pada Perbankan X". Jurnal Ekonomi Islam (Desember, 2012), Vol. VI No.2, h. 163.

<sup>71</sup> Anita, "Analisis Komparasi Investasi Logam Mulia Emas dengan Saham Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia 2010-2014". Jurnal Bisnis dan Manajemen (Oktober, 2015), Vol. V, No. 2, h. 247.

<sup>72</sup> Andri Soemitra, *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah* (Jakarta: KENCANA, 2014), h. 61.

lepas dari Bank syariah yang melihat peluang dalam menghasilkan keuntungan dengan tidak menghilangkan prinsip syariah dalam pelaksanaannya.

Bank syariah bukan sekedar bank bebas bunga, tetapi juga memiliki orientasi pencapaian kesejahteraan. Secara fundamental terdapat beberapa karakteristik bank syariah:<sup>73</sup>

1. Penghapusan riba
2. Pelayanan kepada kepentingan publik dan merealisasikan sasaran sosio-ekonomi Islam.
3. Bank syariah bersifat universal yang merupakan gabungan dari bank komersial dan bank investasi.
4. Bank syariah akan melakukan evaluasi yang lebih berhati-hati terhadap permohonan pembiayaan yang berorientasi kepada penyertaan modal, karena bank komersial syariah menerapkan *profit and loss sharing* dalam konsinyasi, ventura, bisnis, atau industri.
5. Bagi hasil cenderung mempercepat hubungan antara Bank syariah dan pengusaha.
6. Kerangka yang dibangun dalam membantu bank mengatasi kesulitan likuiditasnya dengan memanfaatkan instrumen pasar uang antar bank syariah dan instrumen bank sentral berbasis syariah.

Pembiayaan Produk Cicil Emas merupakan pembiayaan konsumtif yang dikeluarkan oleh Bank Syariah Mandiri. Produk cicil emas menggunakan akad

---

<sup>73</sup> *Ibid*, h. 67.

*murabahah* yakni akad jual beli atas barang tertentu, dimana penjual menyebutkan dengan jelas barang yang diperjual belikan, termasuk harga pembelian barang kepada pembeli, kemudian ia mensyaratkan atasnya laba/keuntungan dalam jumlah tertentu.<sup>74</sup> ataupun angsuran dengan pengikatan agunan menggunakan akad *rahn* (gadai). Pembiayaan konsumtif dari BSM namun bersifat investasi bagi nasabah yaitu investasi emas, bukan merupakan suatu keanehan jika investasi ini banyak diminati, mengingat emas sendiri dapat dikatakan *zero inflation*. Jadi ketika harga naik, harga emas akan cenderung meningkat.

PT Bank Syariah Mandiri (BSM) mencatat pembiayaan cicil emas BSM pada Maret 2016 Rp 296 Miliar. Angka tersebut naik 51% dari tahun 2015 periode yang sama Rp 196 Miliar.<sup>75</sup>

Banyak produk-produk bank syariah mandiri yang menggunakan akad *murabahah* sebagai akadnya seperti produk tabungan *murabahah*, PPR(Pembiayaan Perumahan Rakyat), *BSM OTO*, pembiayaan mikro untuk UMKM, dan produk cicil emas sendiri. Bank Syariah Mandiri membiayai jenis emas batangan dengan berat minimal 10 gram hingga 250 gram. Akad *murabahah* yang menjadi daya tarik dikarenakan kemudahannya, resiko yang rendah, sehingga akan menarik minat nasabah maupun masyarakat menggunakan

---

<sup>74</sup> Muhammad, *Manajemen Keuangan Syariah* (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014), h. 271

<sup>75</sup> Arsy Ani Sucianingsih, “Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Mandiri Melesat” (on-line), [www.kontan.co.id/financial tool](http://www.kontan.co.id/financial%20tool), (29 oktober 2018) & wawancara pribadi dengan Kurnia Ilahi selaku CBRM, (30 Oktober 2018).

pembiayaan kepemilikan emas salah satunya di Bank Syariah Mandiri KC Teluk betung Bandar Lampung. Data dibawah menunjukkan hal yang sebaliknya pada peningkatan produk cicil emas secara keseluruhan. Produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung mengalami penurunan jumlah nasabah bahkan terhitung sangat rendah nasabah yang menggunakan produk ini.

**Tabel 1.1**  
**Nasabah Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung**

Indikator	2013	2014	2015	2016	2017	2018 (s.d Maret)
Nasabah Aktif	-	-	17	36	19	7
Nasabah Lunas	-	-	-	12	-	-
Jumlah seluruh nasabah cicil emas	-	-	17	24	19	7

Sumber: BSM Kantor Cabang Teluk Betung (Data Primer)

Tabel 1.1 menunjukkan jumlah nasabah cicil emas BSM KC Teluk Betung pada tahun 2015 sebesar 17 nasabah, mengalami peningkatan pada tahun 2016 sebesar 24 nasabah akan tetapi mengalami penurunan pada tahun 2017 sebesar 19 dan terakhir pada tahun 2018 sampai bulan maret sebesar 7 nasabah. Hal ini tidak sesuai dengan pertumbuhan *fee based income* yang diperoleh Bank Syariah Mandiri untuk produk pembiayaan cicil emas secara umum.

Berdasarkan jurnal terkait, dapat disimpulkan seharusnya mekanisme cicil emas pada BSM tidak terlalu sulit bagi para nasabah yang mampu secara finansial untuk membayar cicilan emas setiap bulannya.<sup>76</sup>

---

<sup>76</sup> Umar Johan, Muslihati, "Manajemen Resiko pada produk BSM Cicil Emas". Falah: Jurnal Ekonomi Syariah (February, 2017), Vol. 2 No. 1, h. 118.



Tujuan BSM Cicil Emas adalah membantu nasabah untuk membiayai pembelian atau kepemilikan emas berupa emas batangan atau lantakan.

Manfaat BSM Cicil Emas adalah untuk merencanakan masa depan dan percepatan aset nasabah melalui cicil emas.

Produk cicil emas juga menggunakan akad *Murabahah*, akad yang sangat diminati oleh konsumen bank syariah. Peristiwa menurunnya nasabah dan menjaga keberlangsungan nasabah di Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung diharuskan menerapkan perbaikan terhadap masalah yang terjadi pada produk yang ditawarkan kepada nasabah. Penulis mengidentifikasi masalah yang terjadi pada produk cicil emas terhadap minat nasabah.

Pertama, Penurunan nasabah dan rendahnya penyaluran dana pada produk cicil emas dikarenakan juga faktor promosi penjualan produk cicil emas kepada nasabah dan masyarakat dari Bank Syariah Mandiri Kc Teluk Betung yang tidak maksimal, pembiayaan dengan proses akad mulai dari syarat-syarat, ketentuan, resiko dan kualitas pelayanan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung. Nasabah tidak mengetahui adanya investasi emas melalui cicilan di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung. Penelitian ini bertujuan untuk menjawab bagaimana produk cicil emas yang pembiayaannya menggunakan akad *Murabahah* mengalami penurunan dalam meningkatkan jumlah nasabah dilihat dari Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung dan nasabah.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka muncul ketertarikan peneliti untuk melakukan penelitian ilmiah dengan judul **“Analisis Pembiayaan Produk Cicil Emas Terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung Bandar Lampung”**.

#### **D. Rumusan Masalah**

1. Bagaimana strategi promosi produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung ?
2. Bagaimana syarat, ketentuan dan resiko produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung ?
3. Bagaimana kualitas pelayan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung ?

#### **E. Tujuan Masalah dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

- a. Untuk mengetahui strategi promosi produk cicil emas terhadap minat masyarakat di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.
- b. Untuk mengetahui syarat, ketentuan dan resiko produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.
- c. Untuk mengetahui kualitas pelayanan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

##### **2. Manfaat Penelitian**

Hasil manfaat ini dapat dimanfaatkan oleh berbagai pihak untuk pengembangan ilmu pengetahuan dan lainnya, lebih rincinya sebagai berikut :

a. Bagi Penulis

Untuk mengetahui mekanisme produk cicil emas terhadap minat nasabah. Dapat menambah wawasan dan pengetahuan sebagai aplikasi ilmu yang telah diperoleh selama perkuliahan dan penerapan teori yang berkaitan dengan manajemen pembiayaan dari produk-produk dan risiko pembiayaan yang terjadi pada produk investasi emas perbankan syariah.

b. Bagi Lembaga Keuangan

Hasil penelitian ini diharapkan akan bermanfaat bagi Bank Syariah dan Lembaga Keuangan Syariah lainnya sebagai bahan solusi yang nantinya dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan Bank-bank Syariah dan Lembaga Keuangan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam persaingan inovasi produk, pelayanan, promosi antar bank dan lembaga keuangan lain, dan sebagai pertimbangan dalam pemberian pembiayaan, kepuasan dan pelayanan kepada nasabah serta pengaruh manajemen pembiayaan pengendalian sehingga strategi pembiayaan agar dapat saling tolong-menolong, dampaknya akan baik bagi ketersediaan produk investasi bagi nasabah dan dapat mengubah perekonomian yang konsumtif namun bersifat dengan resiko yang seminimal mungkin dengan timbal balik keuntungan yang diharapkan.

c. Bagi Pemerintah

Dengan dilakukan dan saat selesainya penelitian ini pemerintah sebagai kekuatan dalam menjalankan kebijakan-kebijakannya yang

perlu dikhususkan dalam investasi dan inflasi yang disebabkan uang yang beredar dapat di minimalisir jika pengendalian uang yang beredar di masyarakat dapat dikendalikan salah satunya dengan merangsang masyarakat menabung atau berinvestasi produk cicil emas yang dikeluarkan oleh bank syariah.

d. Bagi Peneliti Selanjutnya

Diharapkan dapat digunakan sebagai bahan pertimbangan sebagai bahan referensi bagi yang akan melakukan penelitian sejenis di masa yang akan datang.

e. Bagi Masyarakat Luas

Diharapkan hasil penelitian dapat bermanfaat bagi masyarakat sehingga dapat memilih bank syariah sebagai mitra usaha, menabung dan berinvestasi aman dengan menjadikan konsep persaudaraan muslim dengan kepercayaan yang tinggi investasi sehingga bank syariah dapat berkembang di Indonesia dan penelitian ini bertujuan menjadi informasi terkait produk cicil emas sebagai pilihan untuk berinvestasi.

## **F. Metode Penelitian**

Metode adalah cara yang tepat untuk melakukan sesuatu dengan menggunakan pikiran secara seksama untuk mencapai suatu tujuan. Sedangkan penelitian adalah penyaluran rasa ingin tahu terhadap suatu masalah dengan perlakuan tertentu (seperti memeriksa, mengusut, menelaah dan mempelajari secara cermat dan bersungguh-sungguh) sehingga diperoleh sesuatu (seperti



mencapai kebenaran, memperoleh jawaban, pengembangan ilmu pengetahuan dan sebagainya).

Penelitian adalah proses, sedangkan ilmu pengetahuan adalah hasil dari penelitian. Karena itu “bahasa dasar” bagi seorang peneliti ditemukan dalam filsafat ilmu. Bangunan dasar suatu ilmu pengetahuan meliputi: observasi, fakta, konsep, definisi, variabel, masalah, hipotesis, hukum, teori dan model.<sup>77</sup>

Penulis menggunakan metode pendekatan penelitian secara kualitatif. Metode kualitatif adalah metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat *positivisme*, digunakan untuk meneliti pada kondisi objek yang alamiah.<sup>78</sup>

### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini termasuk penelitian lapangan (*field research*) dengan metode kualitatif yang lebih menekankan pada aspek pemahaman secara mendalam terhadap suatu masalah. Hakikatnya penelitian lapangan adalah penelitian yang dilakukan dengan menggali data yang bersumber dari lokasi atau lapangan penelitian. Penelitian ini bertujuan menemukan data-data yang bersumber dari lapangan yakni Bank Syariah Mandiri.<sup>79</sup> Didukung pula dengan penelitian pustaka (*library reseach*) yang bertujuan untuk mengumpulkan data atau informasi dengan bantuan material, seperti buku-buku, catatan, dokumen-dokumen dan referensilainnya yang berkaitan

---

<sup>77</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph.D, *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi* (Jakarta: Erlangga, 2013), h. 3.

<sup>78</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2016), h. 9.

<sup>79</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 26.

dengan pembiayaan produk cicil emas bank syariah mandiri terhadap minat nasabah.

## **2. Sifat Penelitian**

Menurut Sifat penelitian ini menggunakan Deskriptif Analisis dengan Data Kualitatif yakni merupakan penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai masing-masing variabel, baik satu variabel atau lebih sifatnya independen tanpa membuat hubungan maupun perbandingan dengan variabel lainnya.<sup>80</sup> Penelitian deskriptif yang penulis maksudkan adalah penelitian yang menggambarkan bagaimanakah pembiayaan produk cicil emas terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung.

## **3. Data dan Sumber Data**

Adapun data dan sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

### **a. Data Primer**

Data yang diperoleh atau dikumpulkan langsung dilapangan oleh orang yang melakukan penelitian dalam penelitian ini penulis mendapatkan data langsung dari Bank Syariah Mandiri Kc. Teluk Betung, yang terkait dengan mekanisme produk cicil emas terhadap minat nasabah.

### **b. Data Sekunder**

---

<sup>80</sup> *Ibid*, h. 16.

Data yang didapat dari catatan, buku, dan majalah berupa laporan keuangan publikasi perusahaan, laporan pemerintah, artikel, buku-buku sebagai teori, majalah dan lain sebagainya.<sup>81</sup>

#### 4. Populasi dan Sampel

Populasi adalah kelompok elemen yang lengkap, yang biasanya berupa orang, objek, transaksi, atau kejadian dimana kita tertarik untuk mempelajarinya atau menjadi objek penelitian. Dalam penelitian ini yang dijadikan populasi adalah nasabah cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung Bandar lampung yang berjumlah 19 nasabah cicil emas pada tahun 2017 ditambah 7 nasabah baru cicil emas di tahun 2018.

Sampel adalah suatu himpunan bagian (*subset*) dari unit populasi.<sup>82</sup> Dalam penelitian ini menggunakan teknik sampling yaitu sampling jenuh. Sampling jenuh adalah teknik penentuan sampel bila semua anggota populasi sebagai sampel. Hal ini sering dilakukan bila jumlah populasi relatif kecil, kurang dari 30 orang.<sup>83</sup> Dari data terukur jumlah nasabah cicil emas BSM berjumlah 26 orang. peneliti berkesimpulan mengambil seluruh populasi menjadi sampel pada penelitian ini.

---

<sup>81</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 89.

<sup>82</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph.D, *Op.Cit*, h. 118.

<sup>83</sup> Sugiyono, *Op.Cit*, h. 85.

## 5. Teknik Pengumpulan data

Adapun metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini sebagai berikut:

### a. Metode Observasi

Observasi atau pengamatan adalah cara pengambilan data dengan menggunakan mata tanpa ada pertolongan alat standar lain untuk keperluan tersebut.<sup>84</sup> Hasil observasi berupa aktivitas, kejadian, peristiwa, objek, kondisi atau suasana tertentu. Yakni mencermati mekanisme produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri kantor cabang Teluk betung Bandar lampung.

### b. Metode Wawancara(*Interview*)

Wawancara personal dapat diartikan sebagai wawancara antar orang, yaitu antara peneliti (pewawancara) dengan responden (yang diwawancarai, yang diarahkan oleh pewawancara untuk tujuan memperoleh informasi yang relevan.<sup>85</sup> Wawancara dilakukan kepada Seluruh nasabah produk cicil emas Bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung. Wawancara dalam penelitian ini menggunakan jenis wawancara terstruktur yang berpedoman pada pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya.

---

<sup>84</sup> Moh Nazir, *Metode penelitian*, (Bogor: Ghalia indonesia, 2014), h. 154.

<sup>85</sup> Mudrajad Kuncoro, Ph.D, *Op.Cit*, h. 160.



### c. Metode Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode pengumpulan data kualitatif sejumlah besar fakta dan data tersimpan dalam bahan yang berbentuk dokumentasi.<sup>86</sup>

Bahan dokumentasi terbagi beberapa macam, yaitu otobiografi, klipping, dokumenter pemerintah, atau swasta, data di server dan flashdisk, data di website dan lain-lain. Data jenis ini mempunyai keterkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan.

## 6. Pengolahan Data

Kartini Kartono mengatakan, pengolahan data adalah sebagai berikut:

Pengolahan data berarti menimbang, menyaring, mengatur dan mengklasifikasikan. Menimbang dan menyaring data ialah benar-benar memilih secara hati-hati data relevan tepat dan berkaitan dengan masalah yang tengah diteliti. Mengatur dan mengklasifikasikan ialah menggolongkan dan menyusun menurut aturan tertentu.<sup>87</sup>

Setelah data dikumpulkan melalui tahap diatas, peneliti dalam mengelola datanya menggunakan beberapa metode sebagai berikut:<sup>88</sup>

---

<sup>86</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, h. 32.

<sup>87</sup> Mardalis, *Metodologi penelitian suatu pendekatan prosposal* (Jakarta: Bumi Aksara, 2008), h. 64.

<sup>88</sup> Cholid Narbuko, Abu Ahmadi, *Metodologi Penelitian* (Jakarta: Bumi Aksara, 2013), h. 154.

- a. Editing (pemeriksaan data) yaitu mengoreksi apakah data terkumpul sudah lengkap, sudah benar dan sudah sesuai atau relevan dengan masalah.
- b. Kalsifikasi adalah pengelompokan data sesuai dengan jenis dan penggolongannya setelah diadakan pengecekan.
- c. Interpretasi adalah memberikan penafsiran terhadap hasil persentase yang diperoleh melalui observasi sehingga memudahkan penulis untuk menganalisa dan menarik kesimpulan.

## 7. Anilisis Data

Analisis adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data kedalam katagori, menjabarkan kedalam unit-unit, melakukan sintesa menyusun kedalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain.<sup>89</sup>

Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode pendekatan deskriptif kualitatif. Metode pendekatan deskriptif kualitatif tidak menggunakan alat statistic, namun menginterpretasikan dengan tabel-tabel, grafik-grafik atau angka-angka yang ada kemudian melakukan uraian

---

<sup>89</sup> Kaelan, M.S. *Metode penelitian kualitatif interdisiplinier*, (Yogyakarta : Paradigma, 2012), h. 335.

dan penafsiran pada tiap variable yang akan di analisis sehingga mendapatkan hasil guna memecahkan masalah dalam penelitian.

Menurut Miles dan Faisal analisis data dilakukan selama pengumpulan data di lapangan dan setelah semua data terkumpul dengan teknik analisis model interaktif.

Analisis data berlangsung secara bersama-sama dengan proses pengumpulan data dengan alur tahapan sebagai berikut : <sup>90</sup>

a. Reduksi Data

Data yang diperoleh ditulis dalam bentuk laporan atau data yang terperinci. Laporan yang disusun berdasarkan data yang diperoleh direduksi, dirangkum, dipilih hal-hal yang pokok dan difokuskan pada hal-hal yang penting.<sup>91</sup>

b. Penyajian Data

Data yang diperoleh dikategorisasikan menurut pokok permasalahan dan dibuat dalam bentuk matriks sehingga memudahkan peneliti untuk melihat pola-pola hubungan satu data dengan data lainnya.<sup>92</sup>

c. Penyimpulan dan Verifikasi

Kegiatan penyimpulan merupakan langkah lebih lanjut dari kegiatan reduksi dan penyajian data. Data yang sudah direduksi dan

---

<sup>90</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Op.Cit*, h. 34.

<sup>91</sup> Sugiyono, *Loc .Cit*, h. 247.

<sup>92</sup> V. Wiratna Sujarweni, *Loc.Cit*.

disajikan secara sistematis akan disimpulkan sementara. Kesimpulan yang diperoleh pada tahap awal biasanya kurang jelas, tetapi pada tahap-tahap selanjutnya akan semakin tegas dan memiliki dasar yang kuat. Kesimpulan pertama perlu diverifikasi.

d. Kesimpulan Akhir

Kesimpulan akhir diperoleh berdasarkan kesimpulan sementara yang telah diverifikasi. Kesimpulan final ini diharapkan dapat diperoleh setelah pengumpulan data selesai.

## G. Kerangka Teori

Kerangka berpikir adalah konsep mengenai bagaimana satu teori berhubungan diantara berbagai faktor yang telah diidentifikasi penting terhadap masalah penelitian. Dalam kerangka pemikiran, peneliti harus menguraikan konsep atau variabel penelitiannya secara terperinci.

### 1. Strategi Promosi

Promosi merupakan salah satu variabel di dalam marketing mix yang sangat penting dilaksanakan oleh perusahaan dalam pemasaran produk dan jasa.

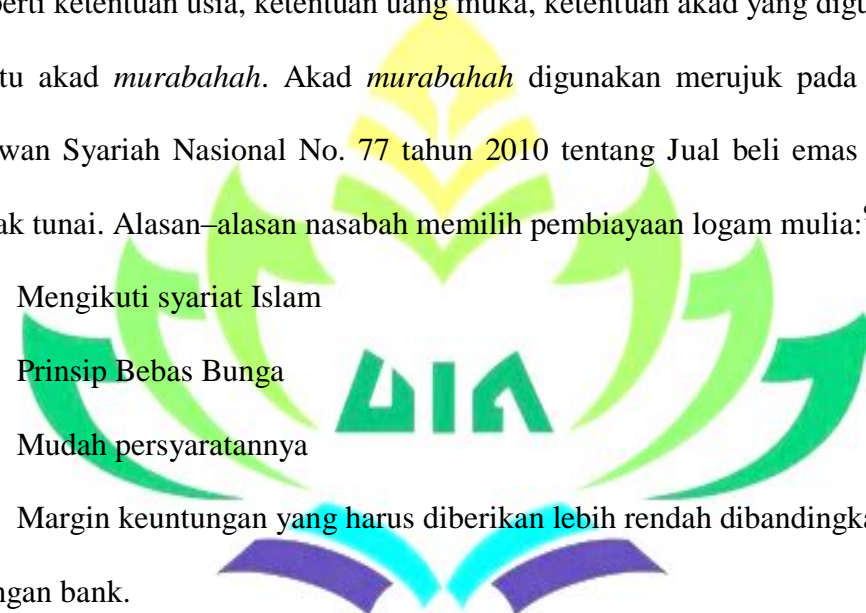
Promosi adalah arus informasi atau persuasi satu arah yang dibuat untuk mengarahkan seseorang atau organisasi kepada tindakan yang menciptakan pertukaran dalam pemasaran.



Promosi adalah semua jenis kegiatan pemasaran yang ditunjukkan untuk mendorong permintaan.<sup>93</sup>

## 2. Syarat, ketentuan dan resiko

Peryaratan adalah aturan, perjanjian dan sesuatu permintaan yang harus dipenuhi oleh nasabah bersangkutan dalam melakukan pembiayaan. Produk cicil emas yang memiliki beberapa ketentuan dalam pembiayaannya seperti ketentuan usia, ketentuan uang muka, ketentuan akad yang digunakan yaitu akad *murabahah*. Akad *murabahah* digunakan merujuk pada Fatwa Dewan Syariah Nasional No. 77 tahun 2010 tentang Jual beli emas secara tidak tunai. Alasan-alasan nasabah memilih pembiayaan logam mulia:<sup>94</sup>

- 
- a. Mengikuti syariat Islam
  - b. Prinsip Bebas Bunga
  - c. Mudah persyaratannya
  - d. Margin keuntungan yang harus diberikan lebih rendah dibandingkan dengan bank.

Risiko cicil emas berupa risiko harga emas yang tidak meningkatkan atau meskipun meningkat namun kenaikannya lebih rendah dari margin. Jika ini terjadi, maka nasabah akan menerima nilai emas yang lebih rendah dibandingkan jumlah pembayaran ke bank. Selain itu, risiko emas tidak

---

<sup>93</sup> Basu Swastha, Irawan, *Manajemen Pemasaran Modern* (Yogyakarta: Liberty Offset, 2008), h. 349.

<sup>94</sup> Irayana Harpen, "Kajian Akad Pembiayaan Logam Mulia untuk Masyarakat pada Pegadaian Syariah". *Jurnal Kewirausahaan*, Vol.13 No.1 (Januari-Juli 2014), h. 48.

dibeli atau tidak diserahkan kepada nasabah (ketika cicilan emas lunas) oleh pihak yang memberikan cicilan atau kredit emas yaitu bank syariah.<sup>95</sup>

### 3. Kualitas Pelayanan

Secara umum, kepuasan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan antara kesan terhadap hasil suatu produk dengan harapan-harapannya. Kotler dan Anderson menyatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah keseluruhan penilaian dari suatu pengalaman pembelian dan konsumsi atas barang maupun jasa.

Kualitas layanan merupakan pemenuhan dari harapan konsumen atau kebutuhan konsumen yang membandingkan antara hasil dengan harapan dan menentukan apakah konsumen sudah menerima layanan yang berkualitas. Apabila terjadi tuntutan dari para konsumen maka konsumen berharap perusahaan dapat memberikan pelayanan berupa jawaban yang diberikan secara ramah, cepat dan tepat. Untuk produk yang membutuhkan jasa pelayanan fisik, jasa pelayanan menjadi komponen yang kritis dari nilai.<sup>96</sup>

### 4. Minat Nasabah

Minat beli merupakan bagian terpenting dari seseorang dalam pengambilan keputusan. Menurut Mehta, minat beli merupakan kecendrungan konsumen untuk membeli suatu merk atau mengambil suatu

---

<sup>95</sup> Umar Johan & Muslihat, *Op.Cit*, h. 118.

<sup>96</sup> Budi Hadyanto, Yoestini, Rini Nughraeni, Mustofa Kamal, "Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen". *Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi*, Vol. 4 No. 2 (Juli 2007), h. 92.

tindakan yang berhubungan dengan pembelian yang diukur dengan tingkat kemungkinan konsumen melakukan pembelian.<sup>97</sup>



---

<sup>97</sup> Solihul Hadi, diakses di <http://ilmubisnisoke.blogspot.co.id/2011/01/mengenai-minat-beli-html:diunduh> pada Selasa 27 Maret 2018, pukul: 18:27

## H. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu merupakan hasil penelitian yang diperoleh dari penelitian sebelumnya, penelitian-penelitian ini akan menjadi pembanding, acuan dan penguat penelitian yang akan diteliti:

**Tabel 1.3 Penelitian Terdahulu**

NO	PENELITIAN	HASIL	PERBEDAAN/ PERSAMAAN
1.	<b>Elsa Elviana (2015)</b> <b>Judul:</b> Analisis Terhadap Akad Pada Produk Bsm Cicil Emas Di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Kantor Cabang Semarang	Berdasarkan pembahasan tentang analisis terhadap akad pembiayaan produk BSM cicil emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) Kantor Cabang Semarang dapat diambil kesimpulan sebagai berikut: 1. Mekanisme BSM pembiayaan cicil emas di BSM Kantor Cabang Semarang terdiri dari beberapa tahapan mulai dari syarat pengajuan, penilaian agunan, pemutusan pembiayaan, pelaksanaan akad dan pencairan pembiayaan. Dalam proses pembiayaan produk BSM cicil emas, BSM Cabang Semarang berpedoman kepada fatwa DSN-MUI No:77/DSN-MUI/V/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai. 2. Akad yang digunakan dalam produk BSM Cicil Emas adalah akad <i>murabahah</i> (jual beli) dimana bank sebagai pihak penjual yang	<b>Persamaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang sama sama menganalisis mekanisme Akad pada Produk cicil emas BSM.  <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada hasil yang dirujuk, penelitian ini merujuk pendapat minat nasabah terhadap mekanisme produk cicil emas BSM

		<p>menalangi pembelian emas terlebih dahulu dan nasabah sebagai pembeli membayar dengan cara menyicil selama kurun waktu 2-5 tahun dengan ketentuan <i>margin</i> yang sudah disepakati bersama. BSM dalam hal ini berpedoman kepada fatwa DSN MUI No: 04/DSNMUI/IV/2000 tentang <i>murabahah</i>. Adapun pengikatan agunan atau emas menggunakan akad <i>rahn</i> (gadai) dimana bank menanggukkan emas selama kurun waktu yang telah disepakati sesuai dengan Fatwa DSN-MUI No: 26/DSN MUI/III/2002 tentang <i>rahn</i>. Berdasarkan hasil penelitian, maka produk Pembiayaan BSM Cicil Emas di BSM Kantor Cabang Semarang sudah sesuai dengan fatwa DSN MUI, baik fatwa No:77/DSN-MUI/05/2010 tentang jual beli emas secara tidak tunai, fatwa DSN-MUI No:04/DSN-MUI/IV/2000 tentang <i>murabahah</i> dan fatwa DSN MUI No: 25/DSN-MUI/III/2002 tentang <i>rahn</i>.<sup>98</sup></p>	
2	Efa Fariska Nurhandayani	Berdasarkan pembahasan tentang analisis penggunaan	<b>Persamaan:</b> Penelitian terdahulu

<sup>98</sup> Elsa Elviana, “Analisis Terhadap Akad Pada Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Kantor Cabang Semarang”. (Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari’ah, Semarang, 2013), h. 64.



	<p>(2017)</p> <p><b>Judul:</b> Analisis Penggunaan Akad <i>Murabahah</i> dan <i>Rahn</i> Pada Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas (Bsm Cicil Emas) di Bank Syariah Mandiri Kc Banjarnegara</p>	<p>akad <i>murabahah</i> dan <i>rahn</i> pada produk pembiayaan kepemilikan emas (bsm cicil emas) di Bank Syariah Mandiri KC Banjarnegara dapat diambil simpulannya sebagai berikut :</p> <p>1. Akad <i>Murabahah</i> pada produk pembiayaan kepemilikan digunakan untuk akad jual beli di mana Bank Syariah Mandiri KC Banjarnegara menjual barang berupa emas kepada nasabah dengan perjanjian dan margin yang telah disepakati. Adapun akad <i>rahn</i> digunakan sebagai pengikatan jaminan, dimana pihak Bank Syariah Mandiri KC Banjarnegara menanggukkan atau menyimpan emas nasabah yang telah dibeli selama masa penyicilan berlangsung sampai dengan waktu yang telah disepakati bersama.</p> <p>2. Prosedur untuk melakukan pembiayaan kepemilikan emas ini adalah permohonan nasabah, penilaian agunan, penyusunan NAP (Nota Analisa Pembiayaan), keputusan pembiayaan, pelaksanaan akad pembiayaan, pencairan pembiayaan.<sup>99</sup></p>	<p>dengan sekarang sama sama menganalisis mekanisme Akad pada Produk cicil emas BSM.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada hasil yang dirujuk, penelitian terdahulu tertuju pada penentuan akad yang dipakai sedangkan penelitian sekarang tertuju minat nasabah terhadap mekanisme produk cicil emas BSM.</p>
--	---	---	--

<sup>99</sup> Efa Fariska Nurhandayani, “Analisis Penggunaan Akad *Murabahah* dan *Rahn* Pada Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas (Bsm Cicil Emas) di Bank Syariah Mandiri Kc Banjarnegara”. (Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya, Purwokerto, 2017), h. 65.

3	<p><b>Dila Larantika (2010)</b>  <b>Judul:</b>  Minat Masyarakat terhadap jual-beli emas di pegadaian syariah</p>	<p>1. Dari data 50 responden, terhitung sebanyak 37 responden dengan persentase sebesar 74% menyatakan tertarik terhadap produk MULIA, namun masih banyak yang yang tidak pernah atau belum mencoba berinvestasi logam mulia yang juga menawarkan angsuran pembeliannya di pegadaian syariah cabang cinere. Disini sudah terlihat bahwa emas merupakan bentuk yang paling menarik untuk berinvestasi jangka panjang.</p> <p>2. pengetahuan nasabah tentang produk MULIA dapat mempengaruhi nasabah tersebut untuk membeli emas muliadi [egadaian syariah cabang Cinere. Terlihat sebanyak 38 responden dengan persentase 76% menyatakan tertarik dengan produk yang ditawarkan oleh pegadaian syariah. Faktor-faktor yang mempengaruhi nasabah untuk membeli produk MULIA antara lain: karena logam mulia merupakan investasi yang aman dan sesuai syariahserta terjamin kualitas emasnya. Pegadaian sendiri menawarkan beban angsuran yang sesuai kepada</p>	<p><b>Persamaan:</b>  Penelitian terdahulu dengan sekarang sama sama menganalisis Minat terhadap Investasi emas dengan akad jual beli.</p> <p><b>Perbedaan:</b>  Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada pertama, tempat penelitian yang berbeda lembaga keuangan. Kedua, penelitian terdahulu bersifat lebih umum.</p>
---	---	---	--

		pengguna produk MULIA. <sup>100</sup>	
4	<b>Nispan Rahmi (2015)</b> <b>Judul:</b> Akad Murabahah dalam Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Syariah Banjarmasin	Dari analisis mengenai aplikasi akad murabahah dalam investasi logam mulia pada Pegadaian Syariah Banjarmasin baik dari segi aplikasi akadnya pada produk Mulia dan mekanisme investasi logam Mulia di Pegadaian Syariah dapat ditarik simpulan sebagai akhir dari laporan penelitian ini, simpulan tersebut adalah : Dalam penelitian mengenai produk Mulia pada Pegadaian Syariah dapat diketahui salah satu akadnya menggunakan akad murabahah, yaitu kesepakatan yang dibuat bersama antara pegadaian dan nasabah atas sejumlah pembelian Logam Mulia disertai keuntungan dan biaya-biaya yang disepakati. Aplikasi akadnya dilakukan pada saat pertama nasabah mengajukan permohonan investasi Logam Mulia di Pegadaian Syariah. Kemudian, oleh pihak pertama (pegadaian syariah) dan pihak kedua (nasabah) melakukan kesepakatan dan persetujuan untuk mengadakan Akad Murabahah Logam Mulia, dengan syarat dan ketentuan	<b>Persamaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang sama sama menganalisis mekanisme Akad pada Produk cicil emas BSM. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada hasil yang dirujuk, penelitian terdahulu tertuju pada penentuan akad yang dipakai dan juga tempat penelitiannya pada Pegadaian syariah sedangkan penelitian sekarang tertuju minat nasabah terhadap mekanisme produk cicil emas BSM tempat penelitiannya Bank Syariah Mandiri.

<sup>100</sup> Dila Larantika, "Minat Masyarakat terhadap jual-beli emas di pegadaian syariah". (Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Hukum untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Ekonomi Syariah, Jakarta, 2010), h. 68.

		<p>yang harus di sepakati kedua belah pihak sesuai pasal-pasal perjanjian (terdiri dari 13 pasal) yang tercantum pada dokumen mulia secara jelas. Akad Murabahah tersebut diucapkan oleh pihak pertama (pegadaian syariah) dan pihak kedua (nasabah) tepatnya saat penyerahan logam mulia sekaligus sertifikat pembeliannya atau pada saat angsuran terakhir / pelunasan angsuran terakhir (bila pembayaran secara angsuran).</p> <p>Menurut mekanismenya untuk investasi logam Mulia dapat dilakukan melalui beberapa prosedur, antara lain :</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) Prosedur pemesanan yang mencakup syarat-syarat penting yang harus dipenuhi nasabah untuk investasi mulia,</li> <li>(2) Prosedur pemberian terdiri dari langkah-langkah penyerahan logam mulia kepada nasabah yang terbagi menjadi dua proses, seperti siklus produk mulia tunai dan siklus produk Mulia kredit.</li> <li>(3) Prosedur pelunasan berupa sistem pembayaran mulia yang juga terbagi menjadi dua sistem yaitu dengan cara pelunasan sekaligus (tunai) maupun dengan cara angsuran sesuai dengan kesepakatan yang dilakukan terlebih dahulu oleh kedua belah pihak</li> </ol>	
--	--	--	--

		(nasabah dan pegadaian). Dari serangkaian mekanisme investasi logam Mulia tersebut juga ada resiko dan kendala yang dihadapi dalam pemasarannya, seperti peminatnya yang masih kurang dikalangan masyarakat serta kerugian pihak Pegadaian karena menunggaknya angsuran Mulia nasabah yang mengakibatkan harus dilakukannya pelelangan / penjualan paksa oleh Pegadaian. <sup>101</sup>	
5	<b>Aida Isti Nabila (2014)</b> <b>Judul:</b> Strategi Penanganan Risiko Kerugian Cicil Emas Pada Bank Syariah	berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut: 1. Ada empat strategi manajemen risiko yang telah diterapkan BSM pada cicilan emas, yaitu: mengidentifikasi risiko, mengukur risiko, mengendalikan risiko, dan memonitoring atau memantau risiko. 2. Penerapan strategi manajemen risiko cicil emas pada BSM telah berdampak signifikan terhadap rendahnya risiko terjadinya kerugian transaksi cicil emas pada BSM. Faktanya, harga penjualan emas pada cicilan emas BSM naik pada setiap tahunnya, yaitu pada tahun 2013 harga satu gram emas Rp.470.000 dan naik menjadi	<b>Persamaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang sama sama menganalisis membahas Produk cicil emas BSM. <b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada tujuan penelitian, penelitian terdahulu tertuju pada penanganan resiko pada produk cicil emas, sedangkan penelitian sekarang meneliti mekanisme akad produk cicil emas terhadap minat nasabah.

<sup>101</sup> Nispan Rahmi, "Akad Murabahah dalam Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Syariah Banjarmasin ". (AT - TARADHI Jurnal Studi Ekonomi, Volume 6, Nomor 2, Desember 2015), h. 163-172.



		Rp.500.000 per gram pada tahun 2014. <sup>102</sup>	
6	<p><b>Abdul Rahman Ramli</b> (2010)</p> <p><b>Judul:</b> Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai (Telaah Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010)..</p>	<p>Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dengan hasil sebagai berikut:</p> <p>1. Mengenai alasan diperbolehkannya jual beli emas secara tidak tunai dalam fatwa DSN-MUI No:77/DSNMUI/ V/2010, DSN-MUI menafsirkan hadis Nabi Saw tentang jual beli emas secara kekinian (kontekstual) ini dapat dilihat dari pendapat DSN-MUI yang menyatakan bahwa emas dan perak adalah barang (<i>sil,,ah</i>) yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi <i>saman</i> (harga, alat pembayaran, uang). Sehingga menjadikan hasil dari <i>istinbāt</i> hukum DSN-MUI dalam jual beli emas secara tidak tunai dihukumi <i>mubāh</i>, dengan syarat selama emas tidak jadi alat tukar yang resmi (uang), baik melalui jual beli biasa maupun jual beli <i>murābahah</i>.</p> <p>2. Berdasarkan hasil analisis fatwa DSN-MUI Nomor:77/DSNMUI/V/2010, fatwa ini sudah sesuai dengan metode <i>istinbāt</i> hukum MUI yang mempelajari keempat sumber hukum Islam dalam mengeluarkan fatwa ini, yaitu; al-Qur`an, Hadis,</p>	<p><b>Persamaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang sama sama menganalisis membahas penggunaan akad murabahah (jual beli secara tunai/angsuran) emas.</p> <p><b>Perbedaan:</b> Penelitian terdahulu dengan sekarang memiliki perbedaan pada tujuan penelitian, penelitian terdahulu terfokus pada kesesuaian hukum syariah dan Fatwa DSN-MUI, sedangkan penelitian sekarang terfokus pada mekanisme produk cicil emas yang dipilih oleh nasabah.</p>

<sup>102</sup> Aida Isti Nabila, “Strategi Penanganan Risiko Kerugian Cicil Emas pada Bank Syariah”, (Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah , Jakarta, 2014), h. 77.

		<p>Ijma', dan Qiyās. Hal ini sesuai dengan Pedoman Penetapan Fatwa Majelis Ulama Indonesia pasal 3. Dalil al-Qur'an yang dikemukakan DSN-MUI merujuk pada dalil induk diperbolehkan jual beli dalam surat <i>al Baqarah</i> ayat 275, sementara hadis yang digunakan, secara tekstual hamper kesemuanya melarang jual beli emas secara tidak tunai. Adapun pendapat ulama yang dijadikan sebagai rujukan diperbolehkannya jual beli emas secara tidak tunai adalah pendapat Syeikh al-Islam Ibnu Taymiyah, Syaikh „Ali Jumu'ah (mufti al-Diyar al-Mishriyah), Syekh Abdullah bin Sulaiman al-Mani', Syekh Abdurahman As-Sa'di dan Ibnul Qayyim yang secara garis besar berpendapat bahwa emas dan perak adalah barang (<i>sil'ah</i>) yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi <i>šaman</i> (harga, alat pembayaran, uang). Oleh karenanya tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara perhiasan dengan harga (uang), sebagaimana tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara harga (uang) dengan barang lainnya, meskipun</p>	
--	--	--	--

		bukan dari jenis yang sama. 103	
--	--	------------------------------------	--

## BAB II

### LANDASAN TEORI

#### A. Falsafah Pembiayaan di Bank Syariah

Kaitan antara bank dengan uang dalam suatu unit bisnis adalah penting, namun di dalam pelaksanaannya harus menghilangkan adanya ketidakadilan, ketidakjujuran dan “penghisapan” dari satu pihak ke pihak lain (bank dengan nasabahnya). Kedudukan bank syariah dalam hubungan dengan para nasabah adalah sebagai mitra investor dan pedagang, sedang dalam hal bank pada umumnya, hubungannya adalah sebagai kreditur atau debitur.

Sehubungan dengan jalinan investor dan pedagang tersebut, maka dalam menjalankan pekerjaannya, bank syariah menggunakan berbagai teknik dan metode investasi. Kontrak hubungan investasi antara bank syariah dengan nasabah inni disebut pembiayaan. Dalam aktivitas akan menjalankan dengan dengan berbagai teknik dan metode yang penerapannya tergantung pada tujuan dan aktivitas, seperti kontrak *Mudharabah*, *musyarakah*, dan yang lainnya.

Disamping itu, bank syariah juga terlibat dalam kontrak *murabahah*. Mekanisme

---

<sup>103</sup> Abdul Rahman Ramli, “Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai (Telaah Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010)”. (Program Studi Hukum Ekonomi Islam (Syariah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Syariah, Surakarta, 2015), h. 16-18.

perbankan syariah yang berdasarkan prinsip mitra usaha, adalah bebas bunga. Oleh karena itu, soal membayarkan bunga kepada para depositor atau pembebanan suatu bunga dari para nasabah tidak timbul.

Dalam pelaksanaan pembiayaan, bank syariah harus memenuhi:

1. Aspek syariah, berarti dalam setiap realisasi pembiayaan kepada para nasabah bank syariah harus tetap berpedoman pada syariat islam (antara lain tidak mengandung unsur *maisir*, *gharar*, dan *riba* serta bidang usahanya harus halal.
2. Aspek ekonomi, berarti disamping mempertimbangkan hal-hal syariah bank syariah tetap mempertimbangkan perolehan keuntungan baik bagi bank syariah maupun bagi nasabah bank syariah.<sup>104</sup>

## **B. Pengertian dan Konsep Akad *Murabahah***

### **1. Definisi Akad *Murabahah***

Akad (ikatan, keputusan, atau penguatan) atau perjanjian atau kesepakatan atau transaksi dapat diartikan sebagai komitmen yang terbingkai dengan nilai-nilai syariah.

Dalam istilah Fiqih, secara umum akad berarti sesuatu yang menjadi tekad seseorang untuk melaksanakan, baik muncul dari suatu pihak, seperti wakaf, talak dan sumpah, maupun yang muncul dari dua pihak, seperti jual beli, sewa, wakalah dan gadai. Secara khusus akad berarti keterkaitan antara

---

<sup>104</sup> Muhamad, Manajemen Pembiayaan Bank Syariah, (Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016), h. 8

*ijab* (pernyataan penawaran/pemindahan kepemilikan) dan *qabul* (pernyataan penerimaan kepemilikan) dalam lingkup yang disyariatkan dan berpengaruh pada sesuatu. Rukun dalam akad ada tiga yaitu: 1) pelaku akad 2) objek akad 3) *Shigah* atau pernyataan pelaku akad, yaitu *ijab* dan *qabul*. Syarat dalam akad ada empat, yaitu: 1) syarat berlakunya akad (*In'iqod*) 2) syarat sahnya akad (*Shighah*) 3) syarat terselesaikannya akad (*Nafadz*) 4) syarat *Lazim*.<sup>105</sup>

Akad adalah sebuah pertalian antara *ijab* (pernyataan salah satu pihak yang bertransaksi) dan *qabul* (ungkapan penerimaan yang diucapkan oleh pihak lain) yang menimbulkan pengaruh pada objek transaksi. Pertalian antara *ijab* dan *qabul* mengikat kedua belah pihak yang melakukan transaksi. Masing-masing pihak yang melibatkan diri dalam akad harus melaksanakan kewajiban sesuai dengan kesepakatan. Dalam sebuah akad, *terms and conditions* (syarat dan ketentuan) sudah ditetapkan secara spesifik dan jelas, sehingga bila salah satu atau kedua belah pihak melakukan wanprestasi (tidak dapat memenuhi kewajiban), ia akan menerima sanksi sesuai kesepakatan dalam akad.<sup>106</sup>

ALLAH SWT berfirman:

---

<sup>105</sup> Ascarya, Akad dan Produk Bank Syariah, (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013), h. 76.

<sup>106</sup> Trisadini P. Usanti, Abd. Shomad, Transaksi Bank Syariah, (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013), h. 25.



يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا أَوفُوا بِالْعُقُودِ ۖ أُحِلَّتْ لَكُمْ بَهِيمَةُ الْأَنْعَامِ إِلَّا مَا يُتْلَىٰ عَلَيْكُمْ  
غَيْرَ مُحِلِّي الصَّيْدِ وَأَنْتُمْ حُرُمٌ ۗ إِنَّ اللَّهَ يَحْكُمُ مَا يُرِيدُ

"Hai orang-orang yang beriman, penuhilah aqad-aqad itu. Dihalalkan bagimu binatang ternak, kecuali yang akan dibacakan kepadamu. (Yang demikian itu) dengan tidak menghalalkan berburu ketika kamu sedang mengerjakan haji. Sesungguhnya Allah menetapkan hukum-hukum menurut yang dikehendaki-Nya" (Q.S. Al-Maidah (5): 1)<sup>107</sup>.

Secara sederhana *murabahah* berarti suatu penjualan barang seharga barang tersebut ditambah keuntungan yang disepakati. Misalnya, seseorang membeli barang kemudian menjualnya kembali dengan keuntungan tertentu. Berapa keuntungan tersebut dapat dinyatakan dalam nominal rupiah tertentu atau dalam bentuk persentase dari harga pembeliannya, misalnya 10% atau 20%.<sup>108</sup>

Pembayaran *murabahah* dapat dilakukan secara tunai atau cicilan. Dalam *murabahah* juga diperkenankan adanya perbedaan dalam harga barang untuk cara pembayaran yang berbeda.

Menurut Adiwarman Azwar Karim *murabahah* adalah akad jual beli barang dengan menyatakan harga perolehan dan keuntungan (*margin*) yang disepakati oleh penjual dan pembeli. Akad ini merupakan salah satu bentuk

<sup>107</sup> Departemen Agama, "Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka", Tangerang Selatan, 2010, QS. Al-Maidah: 1.

<sup>108</sup> Adiwarman, A.Karim, Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013), h. 113.

*natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).<sup>109</sup>

## 2. Landasan Hukum Pembiayaan Akad *Murabahah*

### a. Al-Qur'an dan Hadits

*Murabahah* merupakan bagian dari jual beli dan sistem ini mendominasi produk-produk yang ada di semua Bank Islam. Jual beli merupakan salah satu sarana tolong-menolong antara sesama umat manusia yang diridhai oleh Allah SWT.

- 1) الَّذِينَ يَأْكُلُونَ الرِّبَا لَا يَقُومُونَ إِلَّا كَمَا يَقُومُ الَّذِي يَتَخَبَّطُهُ الشَّيْطَانُ مِنَ الْمَسِّ ۚ ذَلِكَ بِأَنَّهُمْ قَالُوا إِنَّمَا الْبَيْعُ مِثْلُ الرِّبَا ۚ وَأَحَلَّ اللَّهُ الْبَيْعَ وَحَرَّمَ الرِّبَا ۚ فَمَنْ جَاءَهُ مَوْعِظَةٌ مِنْ رَبِّهِ فَانْتَهَىٰ فَلَهُ مَا سَلَفَ وَأَمْرُهُ إِلَى اللَّهِ ۖ وَمَنْ عَادَ فَأُولَٰئِكَ أَصْحَابُ النَّارِ ۖ هُمْ فِيهَا خَالِدُونَ

" Orang-orang yang makan (mengambil) riba tidak dapat berdiri melainkan seperti berdirinya orang yang kemasukan syaitan lantaran (tekanan) penyakit gila. Keadaan mereka yang demikian itu, adalah disebabkan mereka berkata (berpendapat), sesungguhnya jual beli itu sama dengan riba, padahal Allah telah menghalalkan jual beli dan mengharamkan riba. Orang-orang yang telah sampai

---

<sup>109</sup> Adiwarman Azwar Karim, *Op.Cit*, h. 204.

kepadanya larangan dari Tuhannya, lalu terus berhenti (dari mengambil riba), maka baginya apa yang telah diambilnya dahulu (sebelum datang larangan); dan urusannya (terserah) kepada Allah. Orang yang kembali (mengambil riba), maka orang itu adalah penghuni-penghuni neraka; mereka kekal di dalamnya".(Q.S. Al-Baqarah: 2 (275)).<sup>110</sup>

2) Dari Suab ar Rumi ra, bahwa Rasulullah barsabda: "Tiga perkara di dalamnya terdapat keberkatan (1) Menjual dengan pembayaran tangguh (*murabahah*), (2) *muqaradhah* (nama lain dari *Mudharabah*), (3) Mencampurkan tepung dengan gandum uuntukk kepentingan rumah bukan untuk diperjual belikan."<sup>111</sup>

b. Musyawarah dan Kesepakatan

Kesepakatan kedua belah pihak antara bank dan nasabah sangat diperlukan dalam menentukan keputusan dan akan mempengaruhi urusan. Masing masing mempunyai hak dan kewajiban yang sama, serta bersama menjaga amanah dana masyarakat.<sup>112</sup>

Dari Abu Said Al Hudri bahwa Rasulullah SAW bersabda: "Sesungguhnya Jual beli itu harus dilakuaknn secara suka sama suka."

(HR. Al Baihaki, Ibnu Majah dan Shahih menurut Ibnu Hiban).

c. Fatwa-Fatwa DSN-MUI tentang *Murabahah*

Ada beberapa Fatwa DSN-MUI berkenaan dengan akad *Murabahah* yang harus dipedomani untuk menentukan keabsahan akad *murabahah*.

---

<sup>110</sup> Departemen Agama, "Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka", Tangerang Selatan, 2010, QS. Al-Baqarah: 275.

<sup>111</sup> Muhammad, *Op.Cit*, h. 272.

<sup>112</sup> Muhammad, *Op.Cit*, h. 272.

Fatwa DSN MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*:<sup>113</sup>

1) Ketentuan umum *murabahah* dalam bank syari'ah

- a) Bank dan nasabah harus melakukan akad *murabahah* yang bebas riba.
- b) Barang yang diperjual belikan yang tidak diharamkan oleh Syari'ah Islam. Bank yang membiayai sebagian atau keseluruhan harga pembelian barang yang telah disepakati kualifikasinya.
- c) Bank membeli barang yang dibutuhkan nasabah atas nama bank sendiri, dan pembelian ini harus sah dan bebas riba.
- d) Bank harus menyampaikan semua hal yang berkaitan dengan pembelian, jika pembelian dilakukan secara utang.
- e) Bank kemudian menjual barang-barang tersebut kepada nasabah (pemesan) dengan harga jual senilai harga beli *plus* keuntungannya. Dalam kaitan ini Bank harus memberitahu secara jujur harga pokok barang kepada nasabah berikut biaya yang diperlukan.
- f) Nasabah membayar harga barang yang telah disepakati tersebut pada jangka waktu tertentu yang telah disepakati.
- g) Untuk mencegah terjadinya penyalahan atau kerusakan akad tersebut, pihak bank dapat mengadakan perjanjian khususnya

---

<sup>113</sup> Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*, tersedia di: <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/murabahah> pada (30 November 2017).

dengan nasabah. Jika bank hendak mewakili kepada nasabah untuk membeli barang dari pihak ketiga, akad jual beli *murabahah* harus dilakukan setelah barang, secara prinsip, menjadi milik bank.

2) Ketentuan *murabahah* kepada nasabah

- a) Nasabah mengajukan permohonan dan perjanjian pembelian suatu barang atau aset kepada bank.
- b) Jika bank menerima permohonan tersebut, ia harus membeli terlebih dahulu aset yang dipesannya secara sah dengan pedagang.
- c) Bank kemudian menawarkan aset tersebut kepada nasabah dan nasabah harus menerima (membeli) nya sesuai dengan perjanjian yang telah disepakati, karena secara hukum perjanjian tersebut mengikat, kemudian kedua belah pihak harus membuat kontrak jual-beli.
- d) Dalam jual-beli ini bank dibolehkan meminta nasabah untuk membayar uang muka saat menandatangani kesepakatan awal pemesanan.
- e) Jika nasabah kemudian menolak membeli barang tersebut, biaya riil bank harus dibayar dari uang muka tersebut.



- f) Jika nilai uang muka kurang dari kerugian yang harus ditanggung oleh bank, bank dapat meminta kembali sisa kerugiannya kepada nasabah.

### 3) Jaminan dalam *Murabahah*

- a) Jaminan dalam *murabahah* dibolehkan agar nasabah serius dengan pesannya.
- b) Bank dapat meminta nasabah untuk menyediakan jaminan yang dapat dipegang.

### 4) Utang dalam *murabahah*

- a) Secara prinsip, penyelesaian utang nasabah dalam transaksi *Murabahah* tidak ada kaitanya dengan transaksi lain yang dilakukan nasabah dengan pihak ketiga atas barang tersebut. jika nasabah menjual kembali barang tersebut dengan keuntungan atau kerugian, ia tetap berkewajiban untuk menyelesaikan utangnya kepada bank.
- b) Jika nasabah menjual barang tersebut sebelum masa angsuranya berakhir, ia tidak wajib segera melunasi seluruh angsurannya.
- c) Jika penjualan barang tersebut menyebabkan kerugian, nasabah tetap harus menyelesaikan utangnya sesuai kesepakatan awal. Ia tidak boleh memperlambat pembayaran angsuran atau meminta kerugian itu diperhitungkan.

### 5) Penundaan pembayaran dalam *murabahah*

- a) Nasabah yang memiliki kemampuan tidak dibenarkan menunda.
- b) Jika nasabah menunda-menunda pembayaran dengan sengaja, atau jika salah satu pihak tidak menunaikan kewajibannya maka penyelesaiannya dilakukan melalui Badan Arbitrase Syari'ah setelah tidak tercapai kesepakatan melalui musyawarah.

6) Bangkrut dalam *murabahah*

Jika nasabah telah menyatakan pailit dan gagal menyelesaikan utangnya, bank harus menunda tagihan utang sampai ia menjadi sanggup kembali atau berdasarkan kesepakatan.

**3. Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai**

Mengenai hukum jual beli emas secara angsuran, ulama berbeda pendapat sebagai berikut:

- a. Dilarang, ini pendapat mayoritas fuqaha, dari mazhab Hanafi, Maliki, Syafi'i, dan Hambali;
- b. Boleh, ini pendapat Ibnu Taimiyah, Ibnu Qayyim dan ulama kontemporer yang sependapat.

Ulama yang melarang mengemukakan dalil dengan keumuman hadis-hadis tentang riba, yang antara lain menegaskan: *"Janganlah engkau menjual emas dengan emas dan perak dengan perak, kecuali secara tunai."* Mereka menyatakan, emas dan perak adalah tsaman (harga, alat pembayaran, uang) yang tidak boleh dipertukarkan secara angsuran maupun

tangguh, karena hal itu menyebabkan riba. Sementara itu, ulama yang mengatakan boleh mengemukakan dalil sebagai berikut:

- a. Bahwa emas dan perak adalah barang (*sil'ah*) yang dijual dan dibeli seperti halnya barang biasa, dan bukan lagi *tsaman* (harga, alat pembayaran dan uang).
- b. Manusia sangat membutuhkan untuk melakukan jual beli emas. Apabila tidak diperbolehkan jual beli emas secara angsuran maka rusaklah kemaslahatan manusia dan mereka akan mengalami kesulitan.
- c. Emas dan perak setelah dibentuk menjadi perhiasan berubah menjadi seperti pakaian dan barang bukan merupakan *tsaman* (harga, alat pembayaran, uang). Oleh karenanya tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara perhiasan dengan harga (uang), sebagaimana tidak terjadi riba (dalam pertukaran atau jual beli) antara harga (uang) dengan barang lainnya, meskipun bukan dari jenis yang sama.
- d. Sekiranya pintu (jual beli emas secara angsuran) ini ditutup maka tertutuplah pintu utang piutang, masyarakat akan mengalami kesulitan yang tidak terduga.

Hal ini diperkuat oleh teori proyeksi bisnis/ investasi. Bisnis hakikatnya adalah merancang masa depan untuk memperoleh nilai tambah. Masa depan adalah sesuatu yang tidak pasti. Untuk mengetahui sesuatu yang tidak pasti maka pelaku bisnis dapat melakukan peramalan. Teknik peramalan tersebut biasa disebut *forecasting*. Terkait dengan peramalan/

proyeksi, Rasulullah membolehkan melakukan. Hal ini dijelaskan oleh Imam Malik dalam kitab *Al-Muwaththa'* dalam bab jual beli '*Ariyah*. Sebagaimana tertuang dalam hadits berikut:

Yahya meriwayatkan kepadaku dari Malik, dari Nafi'I, dari Absullah bin Umar, dari Zaid bin Tsabit, bahwa Rasulullah SAW, memperbolehkan pemilik pohon yang berbuah untuk menjualnya dengan cara menaksirnya (*bikharshiha*).<sup>114</sup>

#### 4. Potensi Risiko Investasi Emas

Secara umum resiko investasi pada Emas lebih kecil ketimbang pada instrument investasi yang lain.

Hal tersebut disebabkan nilai emas cenderung naik dari waktu ke waktu. Berikut ini adalah beberapa potensi resiko investasi pada logam mulia:<sup>115</sup>

##### a. Likuiditas

Umunya bank syariah bersedia membeli emas atau produk batangan, namun belum semuanya menerima dinar atau dirham yang kita jual. Demikian pula dengan toko-toko emas. Jadi, bila ingin mencairkan dinar atau dirham, sebaiknya kita tawarkan kepada agen penjual dinar atau dirham tempat kita membeli atau agen lain yang masih satu jaringan dengannya. Sementara itu, untuk menjual kembali

---

<sup>114</sup> Muhamad, *Op.Cit*, h. 195.

<sup>115</sup> Abdul Aziz, M.Ag., *Op.Cit*, h. 31.

perhiasan sebaiknya kita tawarkan ke toko tempat tinggal kita membeli perhiasan tersebut.

b. Keamanan

Karena wujudnya yang kecil, faktor keamanan juga harus diperhatikan, baik dari upaya pencurian maupun bahaya kebakaran. Sebaiknya kita menyewa *safety box* di bank untuk menyimpannya.

c. Pasar

Yang dimaksud resiko pasar adalah penurunan harga. Seperti komoditas yang lain, dalam jangka pendek (misalnya kurang dari 6 bulan) harga Emas berfluktuasi. Oleh sebab itu, perhatikan dengan baik tujuan investasi ketika ingin memasukkan Emas dalam portofolio.

### C. Strategi Promosi

#### 1. Pengertian Promosi

Promosi merupakan kegiatan *marketing mix* yang terakhir. Kegiatan ini merupakan kegiatan yang sama dengan ketiga kegiatan diatas, baik produk, harga dan lokasi. Dalam kegiatan ini setiap bank berusaha untuk mempromosikan seluruh produk dan jasa yang dimilikinya baik langsung maupun tidak langsung. Tanpa promosi jangan diharapkan nasabah dapat mengenal bank. Oleh karena itu, promosi merupakan sarana yang paling ampuh untuk menarik dan mempertahankan nasabahnya.<sup>116</sup>

---

<sup>116</sup> Kasmir, *Pemasaran Bank* (Jakarta : Prenada Media, 2005), h. 175.



Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan–keistimewaan yang dilakukan dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya. Schoell mengemukakan bahwa promosi sebagai usaha yang dilakukan oleh *marketer*, berkomunikasi dengan calon audiens. Dimana komunikasi disini didefinisikan sebagai proses membagi ide, informasi dan perasaan audiens.<sup>117</sup>

## 2. Tujuan dan Jenis Promosi

Tujuan utama dari promosi adalah agar konsumen mengenal produk yang ditawarkan, setelah mengenal maka konsumen akan mempunyai suatu ketertarikan dan akhirnya konsumen tersebut memutuskan untuk membeli produk atau barang ataupun jasa yang ditawarkan. Adapun hal–hal penting yang harus diperhatikan dalam promosi yaitu siapa, apa yang disampaikan, ditujukan pada siapa, media promosi dan juga tujuan.

Promosi dibagi menjadi dua bagian, yaitu promosi penjualan (*trade promotion*) dan promosi konsumen (*consumer promotion*). Promosi penjualan dilakukan untuk meningkatkan penjualan suatu produk, sedangkan promosi konsumen dilakukan untuk memberikan insentif kepada konsumen, agar tetap setia terhadap suatu produk.<sup>118</sup>

Promosi, khususnya dalam industri ritel, dapat dibagi menjadi dua bagian, yaitu yang pertama *Above The Line*. Bentuk promosi *above the line*

---

<sup>117</sup> Abdul Mujib, “Manajemen Strategi Promosi Perbankan Syariah”. *Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1 No. 1 (Mei 2016), h. 79.

<sup>118</sup> *Ibid*, h. 79.

merupakan bentuk promosi yang menggunakan sarana promosi berupa media tradisional sebagai sarana penyampaian pesan yang efektif. Bentuk promosi ini biasanya berbentuk komisi bagi agen penjualan, menggunakan media massa seperti televisi, radio, koran, film, serta pembagian brosur.

Sementara yang kedua adalah *Below The Line*. Bentuk promosi yang dilakukan tidak seperti biasanya dan dilakukan secara tidak langsung. Promosi *below the line* ini bersifat terselubung dan tanpa menggunakan media, dengan tujuan membangun citra positif suatu produk. Promosi ini dapat berbentuk pemberian tambahan pada jasa yang dilakukan oleh tenaga penjual, pemberian *sponsorship* pada suatu kegiatan, melaksanakan kegiatan sosial, pameran–pameran, pemberian contoh gratis, pemberian uang tunai/hadiah langsung dan sebagainya.<sup>119</sup>

### 3. Bauran Promosi

Bauran promosi (*promotion mix*) menggambarkan cara–cara kreatif yang mempengaruhi konsumen dalam melakukan pembelian produk atau jasa. Kotler dan Armstrong mengemukakan bahwa bauran promosi sebagai media komunikasi pemasaran memiliki lima kegiatan utama, yaitu sebagai berikut:<sup>120</sup>

#### a. Periklanan

---

<sup>119</sup> *Ibid*, h. 80.

<sup>120</sup> Kasmir, *Op.Cit*, h. 177-179.

Periklanan merupakan semua bentuk penyajian dan promosi nonpersonal atas ide, barang atau jasa yang dilakukan oleh perusahaan sponsor tertentu. Iklan digunakan oleh perusahaan guna menginformasikan, menarik, dan mempengaruhi orang. Tanpa iklan, para produsen dan distributor tidak akan dapat menjual barangnya. Sedangkan disisi lain, para pembeli tidak akan mempunyai cukup informasi mengenai produk-produk barang dan jasa yang tersedia di pasaran. Iklan yang disampaikan sebaiknya diramu sedemikian rupa, sehingga pesan yang disampaikan mudah dicerna dan dimengerti masyarakat dan mengandung informasi yang benar.

Penggunaan promosi dengan iklan dapat dilakukan dengan berbagai media, seperti lewat :

- 1) Pemasangan *billboard* di jalan-jalan strategis;
- 2) pencetakan brosur baik disebarakan disetiap cabang atau di pusat perbelanjaan;
- 3) Pemasangan spanduk dilokasi tertentu yang strategis;
- 4) Pemasangan melalui media massa seperti koran atau majalah;
- 5) Pemasangan melalui media elektronik seperti televisi dan radio;
- 6) dan menggunakan media lainnya.

Terdapat beberapa tujuan penggunaan iklan sebagai media promosi yaitu :

- 1) Untuk pemberitahuan tentang segala sesuatu yang berkaitan dengan jasa yang ditawarkan oleh perusahaan. Seperti peluncuran produk baru, keuntungan dan kelebihan suatu produk atau informasi lainnya.
  - 2) Mengingatkan kembali kepada konsumen tentang keberadaan dan keunggulan jasa bank yang ditawarkan.
  - 3) Menarik perhatian dan minat para calon pembeli dengan harapan akan memperoleh daya tarik dari calon pembeli
  - 4) Mempengaruhi konsumen dari perusahaan pesaing agar berpindah ke perusahaan kita.
  - 5) Mengendapkan perilaku. Membentuk perilaku konsumen melalui iklan.
  - 6) Membantu ekspansi pasar.
- b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)

*Personal selling* merupakan komunikasi dua arah antara karyawan jasa dengan pelanggan yang dirancang untuk langsung mempengaruhi proses pembelian. Dimana sifat langsung dari *personal selling* memungkinkan wakil penjualan menyesuaikan pesan tersebut agar cocok dengan kebutuhan dan keinginan tertentu masing-masing pelanggan. Melalui *personal selling* kebutuhan-kebutuhan dapat

diidentifikasi, pertanyaan dapat dijawab, dan segala persoalan dipecahkan.

Kotler mengemukakan bahwa *personal selling* merupakan perangkat yang paling efektif dalam tahapan lanjutan dari proses pembelian khususnya untuk membangun preferensi, keyakinan dan tindakan dari setiap pembelian. *Personal selling* dilakukan sebagai pelengkap pengiklanan karena hal itu dilakukan secara individual dan dilakukan oleh staf pemasaran secara langsung, bukan melalui media massa. Usaha penjualan langsung dalam praktik akan bervariasi tergantung apakah produk yang dijual itu merupakan barang konsumsi, barang industrial atau barang jasa.

Bentuk-bentuk *personal selling* yang dikenal secara garis besar adalah sebagai berikut :

- 1) Di toko atau pusat perbelanjaan
- 2) *House to house selling*
- 3) Penjual yang ditugaskan oleh pedagang besar untuk menghubungi pedagang eceran.
- 4) Penjual yang ditugaskan oleh produsen untuk menghubungi pedagang besar/pedagang eceran.
- 5) Pemimpin perusahaan berkunjung kepada langganan–langganan yang penting



6) Penjual yang terlatih secara teknis mengunjungi para konsumen industri untuk memberikan nasehat dan bantuan.

c. Promosi Penjualan

Promosi penjualan adalah insentif jangka pendek yang ditawarkan kepada pelanggan dan perantara untuk merangsang pembelian produk. Dengan kegiatan promosi penjualan diharapkan dapat mempercepat keputusan pembelian dan memotivasi pelanggan menggunakan jasa tertentu lebih cepat, dalam volume yang lebih besar pada setiap pembelian, atau lebih sering.

Akibat dari banyaknya merek-merek baru yang memasuki pasar, maka kegiatan promosi penjualan semakin dirasakan penting karena alat ini banyak digunakan untuk membina penjualan merk-merk baru. Berbagai cara yang ditawarkan pada promosi penjualan seperti memberi sampel gratis, kupon, rabat, diskon, premi, kontes, *trading stamps*, demonstrasi, bonus, hadiah uang, dan lain lain.

Adapun tujuan digunakan promosi penjualan bagi perusahaan adalah sebagai berikut :

- 1) Menarik pembeli baru.
- 2) Memberi hadiah/ penghargaan kepada konsumen-konsumen/ langganan lama.
- 3) Meningkatkan daya beli ulang dari konsumen lama.
- 4) Menghindarkan konsumen lari ke merek lain.

5) Mempopulerkan merek/meningkatkan loyalitas.

Bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung melakukan berbagai promosi penjualan seperti mengikuti event-event dengan membuka gerai atau STAN, melakukan jasa-jasa informasi, pelayanan dan memberikan hadiah-hadiah menarik yang bertujuan menarik minat nasabah mengambil pembiayaan, salah satunya produk cicil emas di Bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung.<sup>121</sup>

d. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan mediator yang berada antara perusahaan dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Bentuk kegiatan komunikasi dua arah merupakan ciri khas dari fungsi dan peranan hubungan masyarakat. Hubungan masyarakat pada sebuah perusahaan pada umumnya dilaksanakan oleh pihak humas perusahaan dengan bentuk kegiatan seperti mengirimkan berita baru, melakukan konferensi pers, melaksanakan acara-acara khusus, dan mensponsori aktivitas yang layak diliput yang dilakukan oleh pihak ketiga.

Secara garis besar aktivitas hubungan masyarakat dalam perusahaan berperan sebagai :

1) *Communicator*

---

<sup>121</sup> *Ibid,*

Artinya kemampuan sebagai komunikator baik secara langsung maupun tidak langsung, melalui media cetak ataupun elektronik dan lisan (*spoke person*) atau tatap muka juga sebagainya. Disamping itu juga bertindak sebagai mediator dan sekaligus persuador.

## 2) *Relationship*

Kemampuan peran humas untuk membangun hubungan yang positif antara lembaga yang diwakilinya dengan publik internal dan eksternal. Juga, berupaya menciptakan saling pengertian, kepercayaan, dukungan, kerjasama, dan toleransi antara perusahaan dan publik.

## 3) *Good Image Maker*

Hubungan masyarakat berperan untuk membangun identitas dan citra perusahaan. Dengan hubungan masyarakat maka perusahaan dapat menciptakan identitas dan citra yang positif dimata publik. Perlu diperhatikan bahwa daya tarik publisitas dan hubungan masyarakat didasarkan pada tiga sifat khusus, yaitu (1) kredibilitas yang tinggi, (2) kemampuan menangkap pembeli yang tidak dibidik sebelumnya, dan (3) kemampuan untuk mendramatisasi suatu perusahaan atau produk.

## e. Pemasaran Langsung

Lovelock dan Wright mendefinisikan pemasaran langsung sebagai komunikasi satu arah dari suatu perusahaan kepada sejumlah pelanggan sasaran melalui surat, telepon, faks, atau *e-mail*. Pemasaran langsung, yang mencakup surat langsung maupun telemarketing (pemasaran melalui telepon), dan alat komunikasi *nonpersonal* lainnya memungkinkan pesan yang bersifat pribadi dikirimkan ke segmen mikro yang dibidik secara khusus. Kegiatan pemasaran langsung ditujukan langsung kepada konsumen individual untuk berkomunikasi secara langsung dan mendapatkan tanggapan langsung dari pelanggan atau calon pelanggan tertentu.

## **B. Kualitas Pelayanan Bank Syariah**

### **1. Pengertian dan Konsep Kualitas Pelayanan Bank Syariah**

Kualitas pelayanan merupakan ukuran seberapa baik tingkat layanan yang diberikan sesuai harapan pelanggan. Dua faktor utama yang mempengaruhi kualitas pelayanan yaitu *expected service* dan *perceived service*. Apabila jasa yang diterima atau dirasakan (*perceived service*) sesuai dengan yang diharapkan maka kualitas pelayanan dipersepsikan baik atau memuaskan.

Banyak peneliti sependapat bahwa kualitas pelayanan dapat diukur dari kepuasan pelanggan. Parasuraman mengusulkan diskonfirmasi atau SERVQUAL. Bank Syariah yang merupakan salah satu perusahaan atau lembaga, SERVQUAL perlu diadopsi untuk meningkatkan kualitas

pelayaanannya. Dengan meningkatkan kualitas pelayanan tentu saja akan memberi keuntungan pada bank syariah. Diantaranya adalah meningkatkan profitabilitas, kepuasan nasabah loyalitas nasabah dan kinerja bank.

## **2. Tujuan dan Manfaat Kualitas Pelayanan**

Kualitas pelayanan sangat berhubungan dengan kepuasan nasabah, nasabah sebagai pembeli dan pengguna suatu produk yang ditawarkan oleh suatu bank.

Tujuan utama strategi pemasaran adalah untuk meningkatkan jumlah nasabahnya, baik secara kuantitas maupun kualitas. Secara kuantitas artinya jumlah nasabah bertambah cukup signifikan dari waktu ke waktu, sedangkan secara kualitas artinya nasabah yang didapat merupakan nasabah yang produktif yang mampu memberikan laba bagi bank.

Untuk mencapai tujuan tersebut, dapat dilakukan dengan berbagai cara dan salah satunya adalah melalui memberikan kepuasan nasabah. Kepuasan nasabah menjadi sangat bernilai bagi bank atau perusahaan sehingga tidak heran selalu ada slogan bahwa pelanggan adalah raja, yang perlu dilayani dengan sebaik-baiknya.

## **3. Dimensi Kualitas Pelayanan**



Zeithaml dan Bitner dan Gronross mengemukakan lima dimensi ServQual untuk menunjukkan kualitas pelayanan. Kelima dimensi ini menunjukkan persepsi pelanggan pada dimensi-dimensi tertentu jasa.<sup>122</sup>

a. *Tangible*

Kemampuan suatu perusahaan dalam menunjukkan keberadaan pihak eksternal dalam bentuk bukti fisik seperti fasilitas yang diberikan, pegawai dan sarana komunikasi.

b. *Reliability*

Kemampuan perusahaan untuk memberikan pelayanan sesuai dengan apa yang dijanjikan secara akurat dan terpercaya.

c. *Responsiveness*

Kemampuan penyedia jasa untuk membantu dan memberikan pelayanan yang cepat dan tepat pada pelanggan, menyampaikan informasi yang jelas.

d. *Assurance*

Kemampuan pengetahuan, kesopanan, sifat yang timbul dari para pegawai perusahaan untuk menumbuhkan rasa percaya pelanggan pada perusahaan.

---

<sup>122</sup> Afinda Khoirista, Edi Yulianto, M. Kholid, "Pengaruh Kualitas Layanan terhadap Kepuasan Pelanggan". *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No. 2 (Agustus 2015), h. 2-3.

e. *Empathy*

Kemampuan untuk memberikan perhatian secara ikhlas dan bersifat pribadi atau individual yang diberikan kepada para pelanggan dengan cara memahami keinginan dan kesulitan pelanggan.

### **BAB III**

#### **PENYAJIAN DATA PENELITIAN**

##### **A. Gambaran Umum Bank Syariah Kantor Cabang Teluk Betung**

###### **1. Sejarah singkat berdirinya Bank Syariah Mandiri**

Bank Syariah Mandiri (BSM) berawal sejak tahun 1999. Telah kita ketahui bersama bahwa kurang lebih dua tahun sebelum kehadiran bank ini, Indonesia mengalami krisis ekonomi dan moneter yang begitu hebat sejak bulan juli 1997 yang berlanjut dengan dampak krisis di seluruh sendi kehidupan bangsa terutama yang terjadi di dunia usaha. Dampak yang ditimbulkannya bagi bank-bank konvensional di masa itu mengharuskan pemerintah mengambil kebijakan dengan melakukan restrukturisasi dan merekapitalisasi sejumlah bank di Indonesia. Dominasi industri perbankan nasional oleh bank-bank konvensional di tanah air saat itu mengakibatkan begitu meluasnya dampak krisis ekonomi dan moneter yang terjadi.

Bank konvensional saat ini itu yang merasakan dampak krisis diantaranya : PT Bank Susila Bakti (BSB) milik Yayasan Kesejahteraan Pegawai (YKP), PT Bank Dagang Negara dan PT Mahkota Prestasi juga terkena dampak krisis. BSB saat itu berupaya untuk keluar dari krisis dengan melakukan merger atau penggabungan dengan sejumlah bank lain serta mengundang investor asing. Kemudian di saat bersamaan, pada tanggal 31 Juli 1999 pemerintah melakukan merger empat bank (Bank Dagang Negara, Bank Bumi Daya, Bank Exim, dan Bapindo) menjadi satu bank baru bernama PT. Bank Mandiri (Persero). Kebijakan ini juga menempatkan sekaligus menetapkan PT Bank Mandiri (Persero) Tbk. sebagai pemilik mayoritas baru BSB.

PT Bank Mandiri (Persero) Tbk kemudian melakukan konsolidasi dan membentuk Tim Pengembangan Perbankan Syariah sebagai follow up atau tindak lanjut dari keputusan merger oleh pemerintah. Tim yang dibentuk bertujuan untuk mengembangkan layanan perbankan syariah di kelompok perusahaan Bank Mandiri, sebagai respon atas diberlakukannya UU No. 10 tahun 1998, yang memberi peluang bank umum untuk melayani transaksi syariah (dual banking system).

Tim yang bekerja tersebut memandang bahwa berlakunya UU No. 10 Tahun 1998 menjadi momentum tepat untuk melakukan konversi PT. Bank Susila Bakti sebagai bank konvensional menjadi bank syariah. Karena itu, Tim Pengembangan Perbankan Syariah segera menyiapkan infrastruktur dan

sistemnya, sistem dan infrastrukturnya, sehingga kegiatan usaha BSB berubah dari bank konvensional menjadi bank syariah dengan nama PT Bank Syariah Mandiri dengan Akta Notaris: Sutjipto, SH, No. 23 tanggal 8 September 1999.

Kegiatan usaha BSB yang berubah menjadi bank umum syariah dikuatkan oleh Gubernur Bank Indonesia melalui SK Gubernur BI No. 1/24/ KEP.BI/1999, 25 Oktober 1999. Selanjutnya, via Surat Keputusan Deputi Gubernur Senior Bank Indonesia No. 1/1/KEP.DGS/ 1999, BI menyetujui perubahan nama menjadi PT. Bank Syariah Mandiri. Dengan ini, PT Bank Syariah Mandiri secara resmi mulai beroperasi sejak hari Senin tanggal 25 Rajab 1420 H atau tanggal 1 November 1999 Masehi sampai sekarang.

PT Bank Syariah Mandiri hadir, tampil dan tumbuh sebagai bank yang mampu memadukan idealisme usaha dengan nilai-nilai rohani, yang melandasi kegiatan operasionalnya. Harmoni antara idealisme usaha dan nilai-nilai rohani inilah yang menjadi salah satu keunggulan Bank Syariah Mandiri dalam kiprahnya di perbankan Indonesia. BSM hadir untuk bersama membangun Indonesia menuju Indonesia yang lebih baik.<sup>123</sup>

---

<sup>123</sup> Sejarah Bank Syariah Mandiri (On-line), tersedia di: [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id) (02 Maret 2017).



## 2. Visi dan Misi Bank Syariah Mandiri

Dalam rangka meningkatkan operasional BSM KC Teluk Betung serta untuk mengatasi permasalahan dan tantangan yang dihadapi di masa depan, maka dirumuskan Visi dan Misi BSM sebagai gambaran cita-cita serta harapan yang ingin diwujudkan dalam kurun waktu lima tahun kedepan.

### a. Visi

Visi BSM KC Teluk Betung adalah “bank syariah terdepan dan modern”. Makna Visi :

**Bank Syariah Terdepan:** Menjadi bank syariah yang selalu unggul di antara pelaku industri perbankan syariah di Indonesia pada segmen consumer, micro, SME, commercial, dan corporate.

**Bank Syariah Modern:** Menjadi bank syariah dengan sistem layanan dan teknologi mutakhir yang melampaui harapan nasabah.

### b. Misi



- 1) Mewujudkan pertumbuhan dan keuntungan diatas rata-rata industri yang berkesinambungan.
- 2) Meningkatkan kualitas produk dan layanan berbasis teknologi yang melampaui harapan nasabah.
- 3) Mengutamakan penghimpunandana murah dan penyaluran pembiayaan pada segmen ritel.
- 4) Mengembangkan bisnis atas dasar nilai-nilai syariah universal.
- 5) Mengembangkan manajemen talenta dan lingkungan kerja yang ketat.
- 6) Meningkatkan kepedulian terhadap masyarakat dan lingkungan.

### **3. Shared Values ETHIC dan 10 Perilaku Utama Bank Syariah Mandiri**

Setelah melalui proses yang melibatkan seluruh jajaran pegawai sejak pertengahan 2005, lahirlah nilai-nilai perusahaan yang baru yang disepakati bersama untuk di-shared oleh seluruh pegawai Bank Syariah Mandiri yang disebut Shared Values Bank Syariah Mandiri. Shared Values Bank Syariah Mandiri disingkat “ETHIC” yaitu:

- a. Excellence: Mencapai hasil yang mendekati sempurna (perfect result oriented)
- b. Teamwork: mengembangkan lingkungan kerja yang saling bersinergi.
- c. Humanity: mengembangkan kepedulian terhadap kemanusiaan dan lingkungan.
- d. Integrity: Berperilaku terpuji, bermartabat, dan menjaga etika profesi.

- e. Customer Focus: Mengembangkan kesadaran tentang pentingnya nasabah dan berupaya melampaui harapan nasabah (internal dan eksternal).

Terdapat 10 Perilaku utama BSM yaitu:<sup>124</sup>

- a. Prudence : menjaga amanah dan melakukan perbaikan proses terusmenerus.
- b. Competence: meningkatkan keahlian sesuai tugas yang diberikan dan tuntutan profesi bankir.
- c. Trusted and Trust: mengembangkan perilaku dapat dipercaya dan percaya.
- d. Contribution: memberikan kontribusi positif dan optimal,
- e. Social and Environment Care: memiliki kepedulian yang tulus terhadap lingkungan dan sosial.
- f. Inclusivity: mengembangkan perilaku mengayomi.
- g. Honesty: jujur.
- h. Good Governance: melaksanakan tata kelola yang baik.
- i. Inovation: mengembangkan proses, layanan dan produk untuk melampaui harapan nasabah.
- j. Service Excellence: memberikan layanan terbaik yang melampaui harapan.

---

<sup>124</sup> Eko Prasetyo, Branch operations & service Manager, wawancara pribadi, Bank Syariah Mandiri, Teluk Betung,, 20 Februari 2018.

#### 4. Lokasi Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung

Untuk menjunjung kelengkapan data dalam penelitian ini, penulis membuat data perusahaan dan lokasi Bank Syariah Mandiri KC. Teluk Betung Bandar Lampung yaitu sebagai berikut:<sup>125</sup>



Nama perusahaan : PT. Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung  
Bandar Lampung  
Alamat : Jl. Laksamana Malahayati No. 1 E/F Teluk  
Betung, Bandar Lampung 10340  
Telepon : (0721) 480111, 486773  
Faksmail : (0721) 486777  
Alamat Kantor Area : Gedung Bank Syariah Mandiri Jl. MH Tamrin  
No. 5 Jakarta  
Situs Website : [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id)  
Tanggal Berdiri : 3 Juli 2000 (BSM KC Teluk Betung)

---

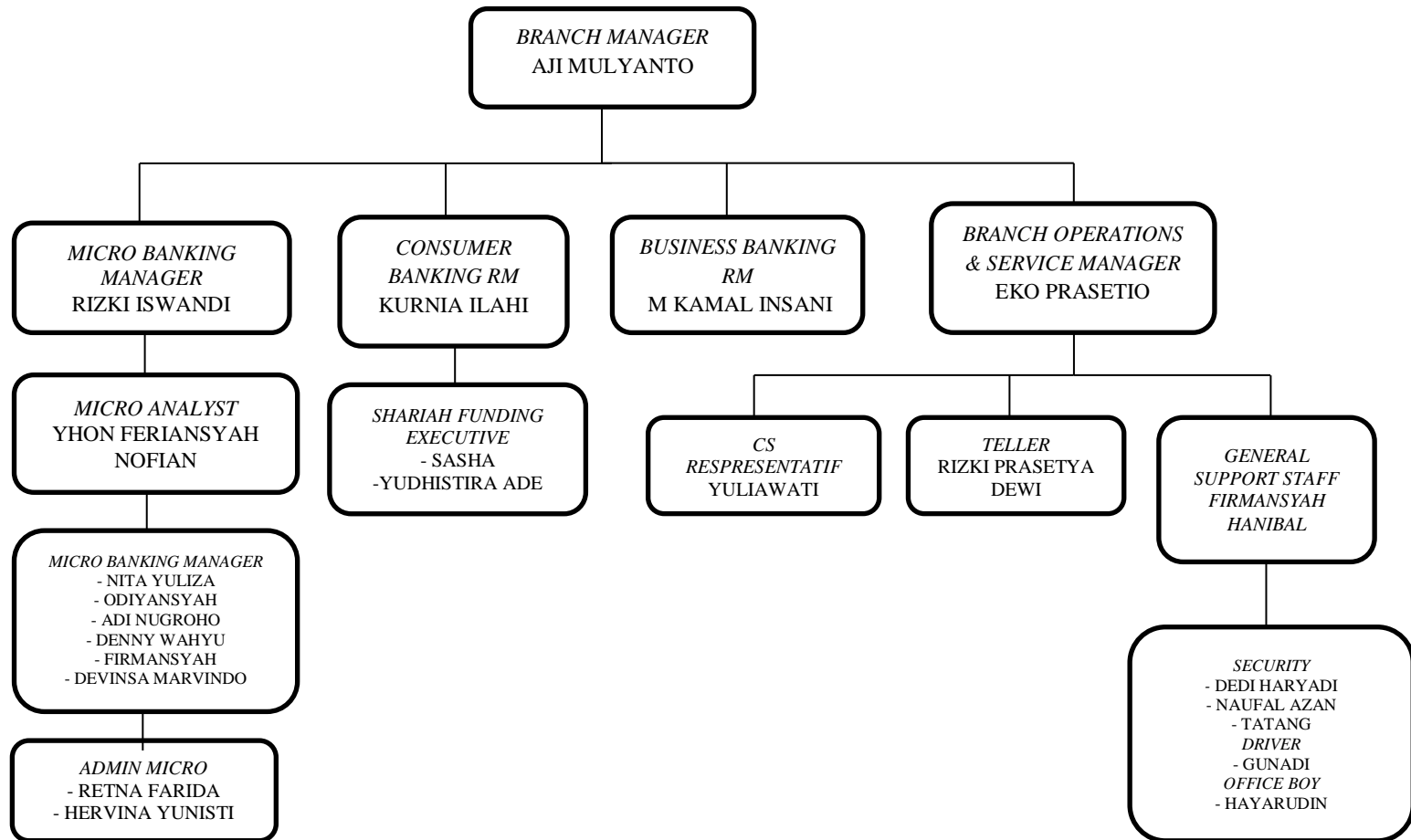
<sup>125</sup> Alamat Bank Syariah Mandiri (On-line) tersedia di: [www.syariahamandiri.co.id](http://www.syariahamandiri.co.id) (19 Februari 2018)

Jenis Usaha : Lembaga Keuangan Perbankan  
Tanggal Berdiri : 3 Juli 2000 (BSM KC Teluk Betung Bandar  
Lampung)



## 5. Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung

**Gambar 3.1**  
**Struktur Organisasi Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung**



## **6. Produk-produk Bank Syariah Mandiri**

Produk-produk pada Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung terdiri atas: <sup>66</sup>

### **a. Produk Pendanaan (Funding)**

Produk Pendanaan merupakan produk Bank Syariah Mandiri yang fungsinya menghimpun dana, di antaranya adalah sebagai berikut:

#### **1) Giro**

##### **a) BSM Giro**

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Rupiah untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah. Dimana bank selaku pihak yang dititipi berhak menggunakan dana tersebut dengan ketentuan sewaktuwaktu nasabah mau mengambil bank dapat menyediakan dana sejumlah yang disimpan oleh nasabah.

##### **b) BSM Giro Valas**

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang US Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.

---

<sup>66</sup> Yuliyawati, Customer Service, wawancara pribadi Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Teluk betung, 20 Februari 2018.



c) BSM Giro Singapore Dollar

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.

d) BSM Giro Euro

Sarana penyimpanan dana dalam mata uang Singapore Dollar untuk kemudahan transaksi dengan pengelolaan berdasarkan prinsip wadiah yad dhamanah untuk perorangan atau non-perorangan.

2) Deposito

a) Deposito BSM 1, 3, 6 dan 12 bulan Produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang rupiah yang dikelola dengan prinsip mudharabah muthlaqah. Dimana nasabah memberikan keleluasan penuh kepada bank untuk menggunakan dananya tersebut dalam usaha yang dianggap baik dan menguntungkan.

b) Deposito BSM Vallas 1, 3, 6 dan 12 bulan Produk investasi berjangka waktu tertentu dalam mata uang dollar yang dikelola dengan prinsip mudharabah muthlaqah.

### 3) Tabungan

#### (1) BSM Tabungan Simpatik

Tabungan berdasarkan prinsip wadiah yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat yang disepakati. Dalam akad ini bank BSM tidak menjajikan pemberian imbalan atau bonus kepada nasabah. Bank BSM menjamin pengembalian dana titipan nasabah.

#### (2) BSM Tabunganku

Tabungan untuk perorangan dengan persyaratan mudah dan ringan yang diterbitkan secara bersama oleh bank-bank di Indonesia guna menumbuhkan budaya menabung serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Tabungan ini menggunakan akad wadi'ah.

#### (3) Tabungan BSM

Tabungan dalam mata uang rupiah yang penarikan dan setorannya dapat dilakukan setiap saat selama jam kas dibuka di konter BSM atau melalui ATM. Tabungan ini menggunakan akad mudharabah.

#### (4) BSM Tabungan Berencana

Tabungan berjangka yang memberikan nisbah bagi hasil berjenjang serta kepastian pencapaian target dana yang telah ditetapkan, dengan akad mudharabah.

(5) BSM Tabungan Kurban

Tabungan dalam mata uang rupiah dan menggunakan akad mudharabah untuk membantu nasabah dalam merencanakan ibadah kurban dan aqiqah.

(6) BSM Tabungan Investa Cendekia

Tabungan berjangka untuk keperluan uang pendidikan dengan jumlah setoran bulanan tetap (installment) dan dilengkapi dengan perlindungan asuransi. Tabungan ini menggunakan akad mudharabah dimana bank BSM sebagai mudharib menutup biaya operasional tabungan dengan menggunakan nisbah keuntungan yang menjadi haknya.

(7) BSM Tabungan Pensiun

Tabungan Pensiun BSM adalah simpanan dalam mata uang rupiah berdasarkan prinsip mudharabah mutlaqah, yang penarikannya dapat dilakukan setiap saat berdasarkan syarat-syarat dan ketentuan yang disepakati. Produk ini merupakan hasil kerjasama BSM dengan PT Taspen yang diperuntukkan bagi pensiunan pegawai negeri Indonesia.

(8) BSM Tabungan Mabror

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah. Berdasarkan prinsip syariah dengan akad mudharabah muthlaqah. Tabungan ini tidak dapat

dicairkan kecuali untuk melunasi Biaya Penyelenggaraan Ibadah Haji/ Umrah (BPIH).

(9) BSM Tabungan Maburr Junior

Tabungan dalam mata uang rupiah untuk membantu pelaksanaan ibadah haji & umrah dengan akad mudharabah muthlaqah. Tabungan ini atas nama anak, usia anak 5 – 18 tahun.

(10) BSM Priority

Merupakan produk yang hanya dengan menempatkan dana minimal Rp250 juta, nasabah berhak mendapatkan layanan personal dengan fasilitas yang mengutamakan kenyamanan dalam keseimbangan baik dalam layanan finansial maupun layanan non finansial. Personal Relationship Officer akan membantu nasabah menentukan pilihan perencanaan keuangan, termasuk konsultasi zakat, waqaf hingga pembagian harta waris. Raih keseimbangan hidup dengan BSM Priority.

b. Produk Pembiayaan (*Lending*)

Merupakan produk Bank Syariah Mandiri yang fungsinya menyalurkan dana. Produk *lending* di BSM antara lain yaitu:

1) BSM Implan

BSM Implan adalah pembiayaan konsumen dalam valuta rupiah yang diberikan oleh bank kepada karyawan tetap Perusahaan yang pengajuannya dilakukan secara massal (kelompok). Untuk

pembelian barang digunakan akad *Wakalah wal Murabahah* dan apabila untuk memperoleh manfaat atas jasa digunakan akad *Wakalah wal Ijarah*.

## 2) Pembiayaan Peralatan Kedokteran

Pembiayaan Peralatan Kedokteran adalah pemberian fasilitas pembiayaan kepada para profesional di bidang kedokteran/kesehatan untuk pembelian peralatan kedokteran. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

## 3) Pembiayaan Kepada Pensiunan

Pembiayaan kepada Pensiunan merupakan penyaluran fasilitas pembiayaan konsumen (termasuk untuk pembiayaan multiguna) kepada para pensuinan, dengan pembayaran angsuran dilakukan melalui pemotongan uang pensiun langsung yang diterima oleh bank setiap bulan (pensiun bulanan). Akad yang digunakan adalah akad *murabahah* atau *ijarah*.

## 4) Pembiayaan Griya

Pembiayaan Griya BSM adalah pembiayaan jangka pendek, menengah, atau panjang untuk membiayai pembelian rumah tinggal

(konsumer), baik baru maupun bekas, di lingkungan *developer* dengan sistem *murabahah*.

#### 5) Pembiayaan Griya BSM Bersubsidi

Griya BSM Bersubsidi adalah pembiayaan untuk pemilikan atau pembelian rumah sederhana sehat (RS Sehat/RSH) yang dibangun oleh pengembang dengan dukungan fasilitas subsidi uang muka dari pemerintah. Akad yang digunakan adalah akad *murabahah*. Akad *murabahah* adalah akad jual beli antara bank dan nasabah, dimana bank membeli barang yang dibutuhkan dan menjualnya kepada nasabah sebesar harga pokok ditambah dengan keuntungan margin yang disepakati.

#### 6) Griya Hijrah BSM

Griya Hijrah BSM adalah Fasilitas dari pembiayaan rumah tinggal yang dilakukan dengan *take over* atau pemindahan pembayaran yang sebelumnya dilakukan di bank lain akan dipindahkan ke bank syariah mandiri.

#### 7) Pembiayaan Kendaraan Bermotor BSM

Pembiayaan Kendaraan Bermotor (PKB) merupakan pembiayaan untuk pembelian kendaraan bermotor dengan sistem *murabahah*.



#### 8) Pembiayaan Umrah

Pembiayaan Umrah adalah pembiayaan jangka pendek yang digunakan untuk memfasilitasi kebutuhan biaya perjalanan umrah seperti untuk tiket, akomodasi dan persiapan biaya umrah lainnya dengan akad *ijarah*. Dimana bank berhak mendapatkan upah atas imbalan jasa.

#### 9) Pembiayaan Talangan Haji

Pembiayaan Talangan Haji Merupakan pinjaman dana talangan dari bank kepada nasabah khusus untuk menutupi kekurangan dana untuk memperoleh kursi/*seat* haji dan pada saat pelunasan BPIH. Akadnya adalah *ijarah* yang mana dalam hal ini bank mendapatkan *ujroh* atas suatu jasa melalui pembayaran imbalan jasa.

#### 9) BSM Gadai Emas

Gadai Emas BSM merupakan produk pembiayaan atas dasar jaminan berupa emas sebagai salah satu alternatif memperoleh uang tunai dengan cepat. Akad yang digunakan adalah akad *Qardh* dalam rangka *Rahn*. *Qardh* dalam rangka *Rahn* adalah akad pemberian pinjaman dari bank untuk nasabah yang disertai dengan penyerahan tugas agar bank menjaga barang jaminan yang diserahkan. Namun dimulai dari tahun 2017 gadai emas sudah bertempat langsung di Kantor Pusat Area Cabang Bandar Lampung.

#### 10) BSM Cicil Emas

BSM Cicil Emas (iB) merupakan produk kepemilikan emas yang memberi kesempatan masyarakat dengan cara cicilan. Akad yang digunakan pada pembiayaan kepemilikan emas adalah jual beli (*murabahah*) dengan jaminan diikat dengan gadai.

#### c. Produk Jasa

Merupakan pelayanan jasa bank, selain *funding* dan *lending* yang di berikan kepada nasabah, di antaranya adalah:

##### 1) Transfer

##### a) *Western Union Money Transfer*

Adalah jasa pengiriman dan penerimaan uang secara cepat (*real time online*) yang dilakukan lintas negara atau dalam satu negara (*domestik*).

##### b) Transfer valas BSM

(1) Transfer Keluar Yaitu pengiriman valas dari nasabah BSM ke nasabah bank lain baik dalam maupun luar negeri.

(2) Transfer Masuk Yaitu pengiriman valas dari nasabah bank lain dalam negeri maupun luar negeri ke nasabah BSM.

##### c) Transfer dalam kota

Yaitu jasa pemindahan dana antar bank dalam satu wilayah kliring lokal.

## 2) Kliring

Kliring yaitu sarana perhitungan tentang piutang antara para peserta secara terpusat dari satu pusat dengan saling menyerahkan surat-surat berharga dengan surat-surat dagang yang telah ditetapkan untuk dapat diperhitungkan. Jasa kliring meliputi:

### a) *Intercity clearing*

Yaitu jasa penagihan warkat (cek/bilyet giro valuta rupiah) bank di luar wilayah kliring dengan cepat sehingga nasabah dapat menerima dana hasil tagihan cek atau bilyet giro tersebut pada keesokan harinya.

### b) *Inkaso*

Yaitu fasilitas perbankan bagi para nasabah bank untuk melakukan penarikan/pengiriman warkat. Kliring yang diperoleh dari luar wilayah kliring bagi yang bersangkutan.

## 3) BSM SUHC (Saudi Umrah dan Haji)

Yaitu kartu prabayar dalam mata uang *Saudi Arabiyah Riyal* untuk memenuhi kebutuhan uang bagi jamaah haji, umrah ataupun keperluan bisnis.

## 4) BSM RTGS

Yaitu salah satu cara pengiriman dana dengan cepat di mana penerima pengiriman uang dalam hitungan menit.

5) Sentra Bayar

Yaitu layanan bank dalam menerima pembayaran tagihan pelanggan.

6) BSM SMS Banking

Yaitu fasilitas layanan perbankan bagi nasabah yang memudahkan dalam melakukan berbagai transaksi dengan fasilitas sms kepada pihak yang dituju.

7) BSM Elektronik *Payroll*

Yaitu pembayaran gaji karyawan institusi melalui teknologi terkini secara mudah, aman, dan fleksibel.

8) BSM Card

Yaitu sarana untuk melakukan transaksi penarikan, pembayaran, dan pemindahbukuan dana pada ATM BSM, ATM Mandiri, jaringan ATM Prima- BCA dan ATM Bersama, serta ATM *Bankcard*.

9) Pajak *Online*

Yaitu layanan bank dalam membayar kewajiban bank secara otomatis dengan mendeбет rekening secara tunai.

## **B. Sumber Data Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung**

### **1. Konsep Produk Cicil Emas**

Jual beli emas di bank syariah biasanya berupa pembiayaan, bank membiayai nasabah yang ingin membeli emas untuk investasi dan di bank syariah di sebut Pembiayaan Kepemilikan Emas yang selanjutnya disebut PKE. PKE adalah pembiayaan untuk kepemilikan emas dengan menggunakan akad murabahah. Objek pembiayaan kepemilikan emas di bank syariah adalah emas dalam bentuk lantakan (batangan) atau perhiasan. Jumlah pembiayaan kepemilikan emas adalah harga perolehan pembelian emas yang dibiayai oleh Bank Syariah setelah memperhitungkan uang muka (*down payment*). Dan agunan pembiayaan kepemilikan emas adalah emas yang dibiayai oleh Bank Syariah.

BSM Cicil Emas adalah fasilitas yang disediakan oleh Bank Syariah Mandiri untuk pembiayaan kepemilikan emas berupa emas batangan dengan jangka waktu 2 sampai dengan 5 tahun dengan cara mencicil. Produk BSM Cicil Emas di BSM Pemalang ini menggunakan emas batangan dengan alasan harga emas batangan setiap tahunnya semakin meningkat.

Produk ini diluncurkan bank syariah mandiri pemalang pada tahun 2013 yang bertujuan untuk memudahkan masyarakat yang ingin berinvestasi

emas dengan cara cicilan atau angsuran, hal ini sebagai realisasi dari permintaan nasabah yaitu mewujudkan produk investasi jangka panjang.<sup>67</sup>

Emas perhiasan biasanya harganya menjadi lebih mahal karena adanya tambahan biaya pembuatan perhiasan tersebut, sedangkan dalam jual beli emas investor harus memperhatikan nilai tambah dan nilai kunci dari emas tersebut, seperti nilai karat. Jika emas untuk perhiasan biasanya sudah dicampur dengan campuran logam lain sehingga kadar emas sudah berkurang, berbeda dengan emas batangan yang tanpa campuran logam lain dan memiliki nilai kadar yang sama. Selain dari tingkat karatnya, terdapat sertifikat yang dapat disertakan dalam proses penjualan hal itu yang menjadi pertimbangan nasabah untuk melakukan pembiayaan cicil emas karena nilai jualnya selalu meningkat tiap tahunnya. Produk BSM Cicil Emas memiliki berbagai keunggulan yaitu:<sup>68</sup>

- 1) Aman, Maksud dari aman itu sendiri adalah Emas dapat diasuransikan apabila terjadi kerusakan atau pencurian, emas tersebut bisa diganti.
- 2) Menguntungkan Tarif yang kompetitif, maksudnya harga emas setiap tahunnya yang selalu meningkat menjadikan emas sebagai media investasi yang menguntungkan. Dalam pembiayaan Cicil Emas menggunakan Layanan yang profesional karena BSM merupakan

---

<sup>67</sup> Handout Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung

<sup>68</sup> *Ibid*,



Perusahaan terpercaya dengan kualitas layanan terbaik. Serta emas Dapat diungkan dengan cara dijual atau digadaikan.

## **2. Strategi Promosi Produk Cicil Emas**

Promosi merupakan berbagai kegiatan yang dilakukan oleh perusahaan untuk menonjolkan keistimewaan–keistimewaan yang dilakukan dan membujuk konsumen sasaran agar membelinya (Kotler, 1997). Produk cicil emas memudahkan nasabah yang ingin memiliki emas dengan cara cicilan atau angsuran. Strategi promosi sangat penting dilakukan suatu perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan dengan tujuan mendapatkan keuntungan dan memperbanyak jaringan konsumen. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung menerapkan berbagai strategi promosi pada produk cicil emas:

### **a. Periklanan**

Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung melakukan strategi iklan menarik dengan pencetakan brosur produk cicil emas, media koran, maupun media elektronik dengan slogan beli emas dengan 4000 rupiah/perhari.

### **b. Penjualan Personal (*Personal Selling*)**

*Personal selling* yang dilakukan BSM Teluk Betung adalah dengan metode *House to House selling* atau penjualan dari rumah ke rumah nasabah dengan menawarkan produk cicil emas maupun produk lain kepada nasabah dengan menjelaskan secara rinci kepada nasabah

keunggulan pembiayaan produk yang ditawarkan menggunakan berbagai macam media seperti brosur, proposal, dll.

c. Promosi Penjualan

Bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung melakukan berbagai promosi penjualan seperti mengikuti event-event dengan membuka gerai atau STAN, melakukan jasa-jasa informasi, pelayanan dan memberikan hadiah-hadiah menarik yang bertujuan menarik minat nasabah mengambil pembiayaan, salah satunya produk cicil emas di Bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung.

d. Publisitas dan Hubungan Masyarakat

Hubungan masyarakat merupakan mediator yang berada antara perusahaan dengan publiknya, baik dalam upaya membina hubungan masyarakat internal maupun eksternal. Bentuk kegiatan komunikasi dua arah merupakan ciri khas dari fungsi dan peranan hubungan masyarakat.

e. Pemasaran Langsung

Lovelock dan Wright (2005) mendefinisikan pemasaran langsung sebagai komunikasi satu arah dari suatu perusahaan kepada sejumlah pelanggan sasaran melalui surat, telepon, faks, atau *e-mail*. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung menggunakan beberapa cara pemasaran langsung produk cicil emas seperti penjualan *Open Table* melalui *Costumer Service*, penjualan dengan menawarkan secara langsung menghubungi nasabah via telp dan mengencarkan promosi

menggunakan media internet yaitu membuat website dengan artikel mengenai produk cicil emas.

### **3. Syarat-syarat Pembiayaan Produk Cicil Emas**

Proses pengajuan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dari hasil pengumpulan data dan diperkuat dengan teori dari jurnal, Produk cicil emas memiliki persyaratan pembiayaan sebagai berikut:

- a. Kriteria Nasabah :
  - 1) Cakap Hukum
  - 2) Warga Negara Indonesia
  - 3) Usia
  - 4) Tidak masuk daftar hitam BI dan PPATK
  - 5) Memiliki kolektibilitas lancar di semua bank.
- b. Persyaratan nasabah melakukan pembiayaan produk cicil emas, antara lain:
  - 1) Formulir Permohonan Pembiayaan
  - 2) KTP
  - 3) Slip Gaji
  - 4) Blokir rekening sebesar 1x angsuran
  - 5) Jika pembiayaan > 50.000.000 diwajibkan NPWP

dalam teori produk cicil emas secara umum

#### 4. Ketentuan Pembiayaan Produk Cicil Emas

a. Ketentuan besaran pembiayaan:

- 1) Jumlah pembiayaan BSM Cicil Emas maksimal adalah Rp150.000.000,- (seratus lima puluh juta rupiah).
- 2) Nasabah diperkenankan memiliki fasilitas pembiayaan *Qardh* Beragun Emas dan pembiayaan BSM Cicil Emas secara bersamaan, dengan ketentuan jumlah limit total pembiayaan keseluruhan adalah paling banyak Rp250.000.000,- (dua ratus lima puluh juta rupiah).

b. Ketentuan Uang Muka /*Self Financing*, yaitu :

- 1) Minimal 20% dari harga perolehan emas.
- 2) Uang muka dibayar secara tunai (tidak dicicil) oleh nasabah kepada Bank. Sumber dana uang muka harus berasal dari dana nasabah sendiri (*self financing*) dan bukan berasal dari pembiayaan yang diberikan oleh Bank.

c. Ketentuan biaya-biaya yang harus dipersiapkan adalah :

- 1) Biaya administrasi pencairan;
- 2) Biaya administrasi;
- 3) Biaya asuransi jaminan;
- 4) Biaya materai.
- 5) Biaya asuransi jiwa (*optional*)

- 6) Biaya ongkos kirim, emas akan dikirimkan kepada nasabah melalui alamat yang diketahui (berkisar Rp.25.000 – Rp.75.000).<sup>69</sup>

## 5. Resiko Produk Cicil Emas

Berikut ini adalah beberapa potensi resiko investasi pada logam mulia:

### 1) Likuiditas

Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung menggunakan emas lantakan jenis Antam pada para nasabah. Diketahui emas jenis Antam dapat dijual kapanpun dan dimanapun secara mudah. Harga emas Antam terus mengalami kenaikan pada 17 April 2018, menurut situs resmi harga mengalami kenaikan sebesar Rp 2000.

### 2) Keamanan

Produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung diketahui fisik emas disimpan oleh bank sampai waktu angsuran pembiayaan nasabah dinyatakan lunas. Salah satu alasan fisik emas disimpan oleh pihak bank dikarenakan keamanannya terjamin, emas akan terawat dengan baik dan jasa ini tanpa ada biaya yang dikeluarkan oleh nasabah.

### 3) Pasar

Dalam hal resiko pasar emas mengalami fluktuasi, namun dalam situs resmi Antam yang bekerjasama dengan Bank Syariah Mandiri,

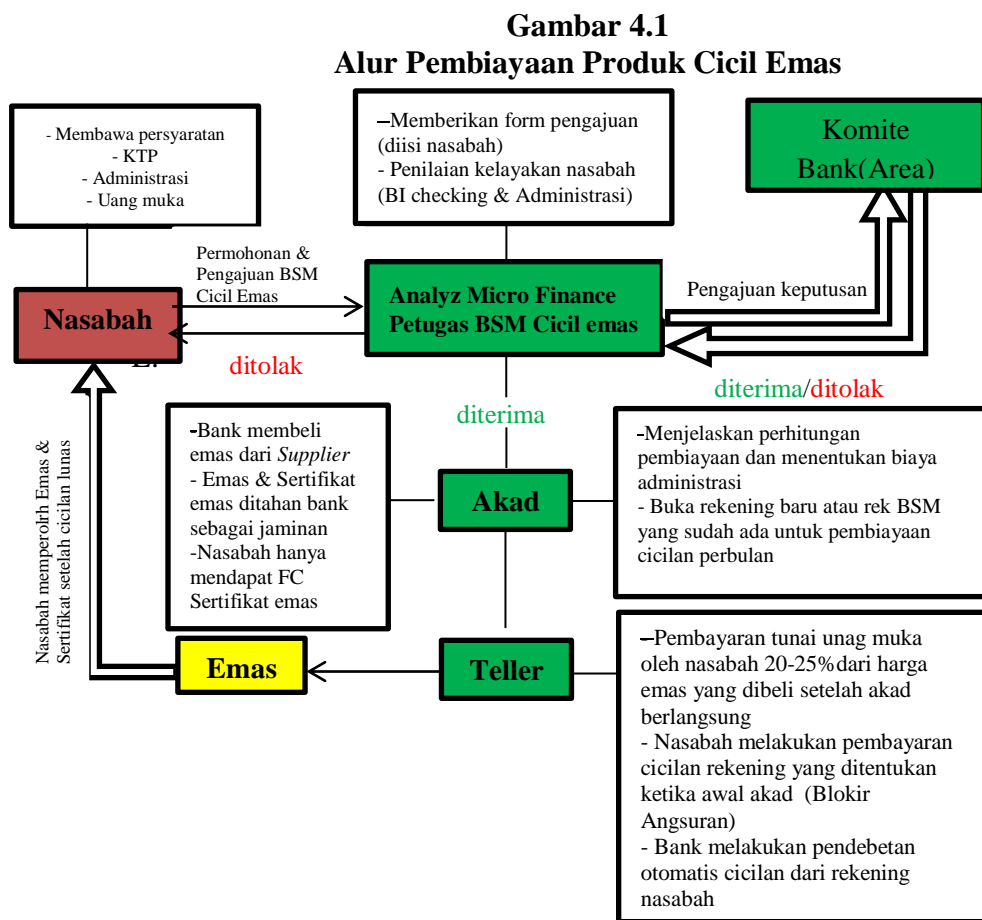
---

<sup>69</sup> Riski Iswandi, Micro Finance Manager, wawancara pribadi Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Teluk betung, 29 oktober 2018.

harga emas terus mengalami kenaikan sehingga nasabah tidak perlu khawatir dan emas menjadi barang investasi yang sedang diminati saat ini.

## 6. Skema alur Pembiayaan Produk Cicil Emas Bank Syariah Kc Teluk

betung



Pada gambar 4.1 skema alur pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk Betung. Produk pembiayaan cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk Betung menggunakan akad *murabahah*, jaminan



sebagai pengikatan agunan dengan menggunakan akad *rahn* (gadai). Simulasi produk cicil emas diberikan guna untuk nasabah dapat mengetahui dan membandingkan harga emas secara umum. Simulasi produk yang diberikan dalam bentuk brosur menghilangkan transaksi ketidakjelasan(*gharar*) dan unsur kedzaliman. Beberapa tahapan lain melalui perlengkapan berkas pembiayaan oleh nasabah yaitu syarat-syarat, ketentuan mulai dari uang muka 20%, blokir angsuran diawal, KTP, biaya-biaya yang dipersiapkan, pembukaan buku rekening BSM, NPWP jika pembiayaan > 50 juta. Dengan digunakan akad jual beli pada produk cicil emas seharusnya nasabah tidak perlu merasa khawatir akan kendala dan masalah yang akan terjadi dikarenakan *akad murabahah* adalah akad yang paling diminati dan prosedur yang mudah bagi nasabah. Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung dihadapkan pada hal sebaliknya yaitu penurunan dan kurangnya nasabah yang menggunakan produk cicil emas pada tiap tahunnya disebabkan minat nasabah yang rendah.

Akad ini merupakan salah satu bentuk *natural certainty contracts*, karena dalam *murabahah* ditentukan berapa *required rate of profit*-nya (keuntungan yang ingin diperoleh).

Harga emas jenis lantakan (batangan) yang dapat dibeli dengan cicil emas atau kredit emas. Emas dibeli dan disimpan oleh Bank Syariah sampai cicilan lunas. Sertifikat emas yang dikeluarkan oleh toko emas dipegang oleh pihak Bank Syariah, dan nasabah memegang salinan sertifikat emas tersebut.

Berdasarkan pengamatan lapangan yang dilakukan peneliti mengungkapkan mekanisme produk cicil emas di bank syariah mandiri kantor cabang teluk betung sesuai dengan prinsip syariah dengan melihat landasan ketentuan umum akad *murabahah* dalam setiap proses dan tahapan transaksi yang dilakukan salah satunya proses nasabah melakukan akad persetujuan pembiayaan, emas sebagai objek pembiayaan sudah dibeli oleh pihak bank dan fisik barang ada sesuai dengan ketentuan akad *murabahah*. Jual beli produk cicil emas diperbolehkan dikarenakan harga kesepakatan jual beli emas ditentukan pada saat akad berlangsung dengan panduan simulasi harga emas pada hari saat akad berlangsung sehingga terbebas dari spekulasi dan terhindar dari perbuatan riba.

## 7. Usia Responden

Data mengenai umur responden disini peneliti mengelompokkan menjadi empat kategori, yaitu kurang dari 20 tahun, 20-30 tahun, 31-40 tahun, dan diatas 40 tahun. Adapun data mengenai umur responden adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.1**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Usia**

No	Usia	Jumlah	Persentase (%)
1.	<20 tahun	0	0%
2.	21-30 tahun	9	34,61%
3.	31-40 tahun	11	42,31%

4.	>41 tahun	6	23,08%
	Total	26	100%

Sumber: Data primer (diolah) tahun 2018

Berdasarkan data dari tabel 3.1 diatas dapat diketahui bahwa responden yang berusia kurang dari 20 tahun tidak ada atau sebesar 0%, narasumber yang berusia antara 21-30 tahun berjumlah 9 orang atau sebesar 34,61%, responden yang berusia antara 31-40 tahun berjumlah 11 orang atau sebesar 42,31%, dan responden yang berusia diatas 41 tahun berjumlah 6 orang atau sebesar 23,08% dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar responden yang diambil berusia 31-40 tahun.

## 8. Ketentuan Usia Pembiayaan produk cicil emas

**Tabel 3.2**  
**Ketentuan Usia Pembiayaan Produk Cicil Emas**

Minimal	Golongan berpenghasilan tetap (Golbertap) & Non Golbertap : 21 tahun atau sudah menikah pada saat pengajuan.
Maksimal	Golbertap : 55 tahun/ belum pension pada saat pembiayaan jatuh tempo.
	Non Golbertap : <ol style="list-style-type: none"> <li>1) Professional dan wiraswasta berusia maksimal 60 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo.</li> <li>2) Pensiunan berusia maksimal 70 tahun pada saat pembiayaan jatuh tempo. Pembiayaan kepada pensiunan mengacu kepada ketentuan bank.</li> </ol>

Sumber: Data primer (diolah) tahun 2018

## 9. Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

**Tabel 3.3**  
**Distribusi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin**

No	Jenis Kelamin	Jumlah	Persentase (%)
1.	Laki-laki	13	50%
2.	Perempuan	13	50%
	Total	26	100%

Sumber: Data primer (diolah) tahun 2018

Berdasarkan keterangan pada tabel 3.3 diatas dapat diketahui tentang jenis kelamin responden nasabah Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung Bandar Lampung yang diambil sebagai responden. Jenis kelamin laki-laki berjumlah 13 orang atau sebesar 50% dan perempuan berjumlah 13 orang atau sebesar 50%. Dari keterangan diatas menunjukan bahwa sebagian besar nasabah yang menjadi responden dalam penelitian ini adalah perempuan.

### C. Hasil Wawancara Responden

#### 1. Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Teluk betung

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5 pertanyaan untuk 26 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai strategi promosi pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.4**  
**Hasil Wawancara Nasabah terkait Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah**

DAFTAR PERTANYAAN	YA	TIDAK
1. Apakah nasabah berminat dengan promosi iklan dan Selebaran Brosur Beli Emas dengan Angsuran 4000/ hari oleh BSM Kc Teluk Betung ?	16	10
2. Apakah nasabah berminat mengambil produk cicil emas oleh Marketing BSM Kc Teluk Betung melalui penjualan rumah ke rumah ?	26	0
3. Apakah nasabah berminat mengambil produk cicil emas melalui gerai-gerai event yang dilakukan BSM Kc Teluk Betung dengan memberikan hadiah-hadiah menarik ?	15	11
4. Apakah Bank Syariah Mandiri sudah menjadi media informasi, bisnis, dan kebutuhan yang baik bagi nasabah dalam bertransaksi ?	6	20
5. Apakah nasabah berminat dengan promosi melalui <i>Open Table Costumer Service</i> , <i>Website</i> dan telepon yang ditawarkan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk Betung ?	15	11

1. Dari 26 nasabah sebanyak 16 nasabah menjawab YA atau sebesar atau sebesar 61,54% dan 10 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 38,46%. Data tersebut menunjukkan bahwa lebih banyak nasabah yang tertarik dengan promosi BSM Kc Teluk Betung dengan Angsuran 4000/hari namun 10 nasabah tidak tertarik dengan promosi tersebut.
2. Dari 26 nasabah sebanyak 26 nasabah menjawab YA atau sebesar atau sebesar 100%. Data tersebut menunjukkan bahwa semua nasabah berminat mengambil produk cicil emas dengan metode *house to house*.
3. Dari 26 nasabah sebanyak 15 nasabah menjawab YA atau sebesar 57,69% dan 11 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 42,31%.
4. Dari 26 nasabah sebanyak 6 nasabah menjawab YA atau sebesar 23,08% dan 20 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 76,92%.
5. Dari 26 nasabah sebanyak 15 nasabah menjawab YA atau sebesar 57,69% dan 11 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 42,31%.

## 2. Syarat-Syarat, Ketentuan dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Teluk betung

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5 pertanyaan untuk 26 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai syarat, ketentuan dan resiko pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.2**  
**Hasil Wawancara Nasabah terkait Syarat-syarat, Ketentuan dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah**

DAFTAR PERTANYAAN	YA	TIDAK
1. Apakah nasabah keberatan dengan syarat-syarat pembiayaan produk cicil emas yang ditetapkan oleh BSM Kc Teluk Betung ?	3	23
2. Apakah nasabah Berminat dengan Maksimal Jumlah Pembiayaan Cicil Emas Sebesar 150 Juta ?	26	0
3. Apakah nasabah Berminat dengan adanya Fasilitas Pembiayaan Qardh Beragun Emas dan BSM Cicil Emas Secara Bersama dengan Maksimal Pembiayaan 250 Juta ?	5	21
4. Apakah nasabah keberatan dengan uang muka minimal 20% dari harga perolehan emas ?	2	24
5. Apakah nasabah keberatan dengan uang muka yang harus dibayar tunai ditambah dengan blokir 1x angsuran?	12	14
6. Apakah nasabah keberatan dengan Biaya-Biaya Administrasi (Biaya Admin Pencairan, Biaya Admin, Biaya Asuransi, Biaya Materai, Biaya Asuransi Jiwa, Biaya Ongkos Kirim) Pada Pembiayaan Produk Cicil Emas yang ditentukan oleh BSM Kc Teluk Betung ?	24	2



7. Apakah resiko pada Pembiayaan Produk Cicil emas mempengaruhi nasabah untuk tidak melakukan pembiayaan Produk Cicil Emas di BSM Kc Teluk Betung ?	0	26
---	---	----

1. Dari 26 narasumber sebanyak 23 nasabah menjawab YA atau sebesar 11,54% dan 3 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 88,46%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa nasabah tidak merasa keberatan dengan syarat pembiayaan produk cicil emas yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung meskipun 3 nasabah merasa keberatan terhadap syarat yang ditentukan untuk produk cicil emas. Diperkuat wawancara dengan pihak Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung, Kurnia Ilahi selaku Manager Pendanaan (CBRM) mengatakan syarat-syarat yang ditentukan Bank Syariah Mandiri sudah sesuai SOP (*Standart Operasional Prosedure*), saat dijelaskan kepada nasabah berbagai syarat yang harus dipersiapkan, nasabah akan mengerti.
2. Dari 26 nasabah sebanyak 26 atau semua nasabah menjawab YA atau sebesar 100%. Hal ini menunjukkan bahwa pembiayaan produk cicil emas dengan pembiayaan cukup besar membuat nasabah lebih fleksibel dalam memilih satuan emas yang diinginkan.
3. Dari 26 nasabah sebanyak 5 nasabah menjawab YA atau sebesar 19,23% dan 21 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 80,77%. Dari data tersebut dapat disimpulkan bahwa Fasilitas Pembiayaan Qardh beragam

emas dan BSM cicil emas dengan maksimal pembiayaan yang lebih besar kurang diminati oleh nasabah. Terkait masalah lebih banyak yang tidak tertarik pada Fasilitas Pembiayaan Qardh beragun emas dan BSM cicil emas dengan maksimal pembiayaan yang lebih besar, Menurut Kurnia Ilahi selaku Manager Pendanaan (CBRM) mengatakan jika banyak nasabah yang lebih fokus terhadap pembiayaan BSM Cicil Emas saja, karena jika mengambil keduanya angsuran dan uang muka yang dikenakan lebih besar.

4. Dari 26 nasabah sebanyak 24 nasabah atau sebesar 92,31% menjawab YA dan 2 nasabah atau 7,69% menjawab TIDAK. Dari data dapat disimpulkan bahwa Uang muka yang ditetapkan oleh Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung tidak memberatkan nasabah untuk melakukan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri KC Teluk Betung.
5. Dari 26 nasabah sebanyak 12 nasabah menjawab YA atau sebesar 46,15% dan 14 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 53,85%. Hal ini menunjukkan bahwa nasabah yang menjawab YA beralasan bahwa uang muka bisa menggunakan pembiayaan yang diberikan oleh bank dan yang menjawab TIDAK, merasa tidak keberatan memberikan uang muka secara tunai dengan menggunakan uang sendiri. Menurut hasil wawancara dengan Kurnia Ilahi selaku Manager Pendanaan (CBRM) mengatakan syarat dan ketentuan yang berlaku pada pembiayaan produk

cicil emas salah satunya adalah uang muka sebesar 20% yang harus dipersiapkan oleh nasabah dan Bank syariah mandiri membiayai emas dengan 80% dari harga perolehan emas dan blokir 1x angsuran dimaksudkan sebagai dana pengaman Bank untuk satu bulan jika nasabah mengalami angsuran macet blokir bisa meringankan nasabah dan pihak bank.

6. Dari 26 nasabah sebanyak 24 nasabah menjawab YA atau sebesar 92,31% dan 2 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 7,69%. Hal ini menunjukkan bahwa Biaya-biaya yang banyak pada produk cicil emas sangat memberatkan nasabah dalam proses melakukan pembiayaan produk cicil emas.
7. Dari 26 nasabah semua menjawab YA atau sebesar 100%. Hal ini menunjukan resiko pada pembiayaan produk cicil emas tidak berpengaruh terhadap nasabah melakukan pembiayaan. Menurut hasil wawancara dengan Kurnia Ilahi selaku Manager Pendanaan (CBRM) mengatakan produk cicil emas adalah salah satu produk yang resiko terbilang rendah atau minim resiko, seperti jika terjadi kemacetan ditengah angsuran yang masih berjalan, emas akan dijual oleh pihak bank dan hasil penjualan emas memiliki porsi untuk membayar uang angsuran nasabah.

### 3. Kualitas Pelayanan Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor cabang Teluk betung

Hasil pengumpulan data melalui wawancara dengan nasabah yang telah menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung sebagai responden. Pada bagian ini terdapat 5 pertanyaan untuk 26 responden nasabah pembiayaan produk cicil emas dengan jawaban YA atau TIDAK mengenai kualitas pelayanan pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung diuraikan dalam tabel berikut:

**Tabel 4.3**  
**Hasil Wawancara Nasabah terkait Kualitas Pelayanan Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah**

DAFTAR PERTANYAAN	YA	TIDAK
1. Apakah nasabah berminat mengambil produk cicil emas dikarenakan Fasilitas-fasilitas yang diberikan oleh BSM Kc Teluk Betung ?	26	0
2. Apakah pelayanan produk cicil emas di BSM Kc Teluk Betung sudah akurat dan terpercaya bagi nasabah ?	20	6
3. Apakah karyawan BSM Kc Teluk Betung memberikan informasi yang jelas dan pelayanan yang cepat kepada nasabah dalam pembiayaan produk cicil emas ?	9	17
4. Apakah karyawan BSM Kc Teluk Betung memiliki pengetahuan yang baik, sangat sopan dalam setiap proses pembiayaan produk cicil emas ?	26	0
5. Apakah karyawan BSM Kc Teluk Betung memberikan perhatian ikhlas dengan memahami kesulitan nasabah ?	25	1

1. Dari 26 nasabah sebanyak 26 responden menjawab YA atau sebesar 100%. Data tersebut menunjukkan bahwa semua nasabah terbantu oleh fasilitas-fasilitas yang ada pada produk cicil emas BSM Kc Teluk Betung.
2. Dari 26 nasabah sebanyak 20 nasabah menjawab YA atau sebesar 76,92% dan 6 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 23,08%. Dari data diatas dapat disimpulkan bahwa pelayanan produk cicil emas di BSM Kc Teluk Betung sudah akurat dan terpercaya bagi nasabah.
3. Dari 26 nasabah sebanyak 9 nasabah menjawab YA atau sebesar 34,62% dan 17 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 65,38%. Hal ini menunjukkan karyawan belum maksimal memberikan pelayanan dalam beberapa tahapan pada proses pembiyaan sangat lama mulai dari proses proses seleksi berkas, pengakad-an. Hasil wawancara dengan Kurnia Ilahi selaku Manager Pendanaan (CBRM) mengatakan kemungkinan pelayanan yang lambat dikarenakan beberapa kendala pada saat melakukan akad, seperti proses pembelian emas antara pihak bank dan distributor emas (PT ANTAM Tbk, atau Mitra Usaha BSM Kc Teluk betung), dan keterlambatan notaris.
4. Dari 26 nasabah sebanyak 26 responden menjawab YA atau sebesar atau sebesar 100%. Data tersebut menunjukkan bahwa semua nasabah setuju karyawan memiliki pengetahuan yang baik, dan sangat sopan terhadap nasabah dalam proses transaksi yang dilakukan.

5. Dari 26 nasabah sebanyak 25 nasabah menjawab YA atau sebesar 96,15% dan 1 nasabah menjawab TIDAK atau sebesar 3,85%. Hal ini menunjukkan karyawan memiliki perhatian kepada nasabah, memahami nasabah diawali dari proses demi proses pembiayaan hingga angsuran berlangsung.

## **BAB IV**

### **ANALISIS DATA**

Pada bab ini akan dipaparkan pembahasan dan analisis tentang pembiayaan produk cicil emas terhadap minat nasabah. Analisis ini didasarkan pada data yang telah diperoleh pada saat penelitian. Maka dalam BAB IV ini peneliti akan mencoba melakukan analisis dan penyelasan terhadap rumusan masalah terkait dengan menggunakan data lapangan yang telah diperoleh dan menggunakan teori-teori yang telah terkumpul.

#### **A. Strategi Promosi Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung**

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data, mengenai strategi promosi terhadap minat nasabah dapat diketahui dengan pengukuran menggunakan strategi bauran promosi yaitu:

Periklanan yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dengan melakukan selebaran brosur promosi produk cicil emas tidak dilakukan maksimal sehingga informasi produk cicil emas tidak dapat diketahui oleh masyarakat, dari 26 responden hanya 16 responden yang menjawab Ya atau setuju periklanan produk cicil emas dapat menarik minat nasabah.

*Personal selling* yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dengan pemasaran dari rumah ke rumah atau *door to door* sangat efektif menarik



minat nasabah, dari 26 responden seluruh responden menjawab Ya atau efektif dengan penjualan rumah ke rumah yang dilakukan oleh marketing di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

Penjualan melalui pembukaan gerai-gerai even produk cicil emas dirasa kurang efektif saat pelaksanaan dan sosialisasi terhadap produk cicil emas sehingga kurang menarik minat nasabah dan masyarakat untuk menggunakan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung, dari 26 responden hanya 15 responden menjawab ya dan 11 responden yang menjawab Tidak, sehingga terlihat belum maksimalnya penjualan melalui gerai-gerai dan mengeluarkan biaya yang banyak dalam melakukan promosi jenis ini.

Pemasaran dengan efek sebagai kebutuhan, media informasi maupun bisnis bagi nasabah belum maksimal dijalankan sehingga efek jangka panjang kepada nasabah tidak dirasakan oleh nasabah sehingga berdampak pada rendahnya minat nasabah pada produk yang di promosikan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung, dari 26 responden hanya 6 responden yang puas dan produk cicil emas berdampak kepada nasabah namun 20 nasabah menjawab sebaliknya atau pelayanan pemasaran dan dampaknya tidak dirasakan.

Sedangkan penjualan dengan *Open the table, via telp, website* juga tidak berdampak signifikan pada peningkatan minat nasabah atau masih sedikit pemasaran atau informasi tentang pembiayaan produk cicil emas khususnya promosi melalui *Website* diperkuat dengan dari 26 responden hanya 15 responden promosi melalui *Open the table Customer service* maupun *Website* yang masih sedikit

Dari keseluruhan strategi promosi yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung, hanya strategi *personal selling* yang lebih efektif dalam menjual pembiayaan produk cicil emas kepada nasabah terlihat Dari 26 nasabah sebanyak 26 nasabah menjawab YA atau sebesar atau sebesar 100%. Data tersebut menunjukkan bahwa semua nasabah berminat mengambil produk cicil emas dengan metode *house to house*.

Menurut Kurnia Ilahi selaku CBRM di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung, mengatakan ada beberapa kendala yang terjadi dalam strategi promosi atau penjualan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung yaitu:

- a. Tidak ada marketing khusus yang menjual atau memasarkan produk cicil emas sehingga belum ada target yang dicapai untuk produk cicil emas. Marketing lebih tertarik memasrkan produk PPR (Pembiayaan Perumahan Rakyat), IMPLAN yang sudah diketahui masyarakat, dilihat dari jumlah nasabah yang melakukan pembiayaan tersebut sangat tinggi.
- b. Kalah populernya pembiayaan kepemilikan emas Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dengan pembiayaan kepemilikan di pegadaian. (informasi yang tidak diketahui masyarakat).
- c. Kesalahan pada 2017 dengan turunnya jumlah nasabah produk cicil emas adalah rendahnya kesadaran dalam menjual.

Menurut peneliti jika Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung memaksimalkan promosi melalui periklanan, Website dikarenakan segala semua

informasi saat ini didapatkan melalui media dan media sosial sehingga jika dimaksimalkan penjualan ini akan berdampak pada minat dan meningkatkan penjualan produk cicil emas itu sendiri. Adapun penjualan lain melalui edukasi seperti seminar produk cicil emas dengan hadiah-hadiah yang menarik.

Prinsip kemashlahatan yang dibentuk guna kebaikan dan manfaat dengan memenuhi unsur kepatuhan syariah(*halal*) pada produk yang dijual dan membawa kebaikan(*thayib*) bagi bank syariah dan nasabah.

#### **B. Syarat, Ketentuan dan Resiko Produk Cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung**

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data. Peneliti menganalisis mengenai syarat, ketentuan, dan resiko terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk betung dapat diketahui bahwa masih banyaknya nasabah yang keberatan pada beberapa proses syarat pada pembiayaan produk cicil emas yaitu:

Penetapan syarat-syarat pada produk cicil emas 23 responden dari total 26 responden menjawab tidak keberatan dengan penetapan syarat-syarat pada pengambilan produk cicil emas oleh nasabah, proses yang mudah dan berkas-berkas yang harus disiapkan tidak terlalu banyak seperti fotokopi KTP, KK, NPWP jika pengambilan pembiayaan produk cicil emas 150 juta.

Jumlah maksimal pembiayaan produk cicil emas yang ditawarkan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung sebesar 150 juta diminati dikarenakan

tergolong pembiayaan maksimal yang besar dan juga minimal pembiayaan yang beragam sehingga dapat menyentuh semua kalangan dan menarik minat nasabah terlihat dari 26 responden semua nasabah menjawab berminat pada produk cicil emas dengan jumlah maksimal pembiayaan 150 juta, dibandingkan dengan qardh beragun emas sekaligus produk cicil emas yang jumlah maksimal pembiayaan lebih besar yaitu 250 juta, dari 26 responden hanya 3 responden yang berminat dan 23 responden yang menjawab tidak berminat pada produk qardh dan cicil emas tersebut.

Ketentuan uang muka produk cicil emas senilai 20% dari harga perolehan emas juga tidak memberatkan nasabah dilihat dari 26 responden pada sesi wawancara 24 responden atau 92,31% menjawab tidak keberatan dengan uang muka 20% yang diharuskan bagi nasabah yang mengambil produk cicil emas.

Penegenaan blokir 1 kali angsuran atau pembayaran angsuran bulan pertama sekaligus uang muka sehingga memberatkan bagi nasabah yang mengambil produk cicil emas dan sehingga 12 responden 46,15% dari total 26 responden menjawab keberatan pada pengenaan bloki 1 kali angsuran tersebut.

Pengenaan biaya-biaya pada produk cicil emas yang sangat banyak seperti biaya administrasi, materai, ongkos kirim, notaris dll sehingga memberatkan nasabah ingin mengambil produk cicil emas terlihat 24 responden atau 92,31% dari total 26 responden menjawab Ya atau keberatan dengan pengenaan biaya-biaya pada produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung

Resiko produk cicil emas tidak mempengaruhi nasabah melakukan pembiayaan produk cicil emas, 26 nasabah menjawab resiko tidak mempengaruhi nasabah dikarenakan produk cicil emas memiliki resiko yang rendah atau sedikit resiko yang terdapat pada produk cicil emas sehingga berdampak sebaliknya yaitu nasabah tertarik dikarenakan rendah resiko.

Permasalahan mengenai syarat-syarat, ketentuan, dan resiko produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Teluk betung, faktanya adalah syarat pada produk cicil emas sebenarnya sangat mudah untuk pengambilan bagi nasabah namun memperbaiki untuk ketentuan yang ditetapkan seperti blokir 1 kali angsuran dan biaya-biaya yang lebih diperhatikan sehingga tidak membebankan nasabah untuk pengambilan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

Transaksi pembiayaan produk cicil emas dalam syarat dan ketentuannya dilihat dari prinsip keadilan dalam asas-asas transaksi syariah sudah sesuai aturan dalam muamalah yang melarang *riba*, kezaliman, *maysir*, *gharar* dan haram dalam pelaksanaannya.

### **C. Kualitas Pelayanan Produk cicil Emas terhadap Minat Nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung**

Berdasarkan hasil wawancara kepada responden yang didapat dengan menggunakan pengukuran sumber data, mengenai kualitas pelayanan pembiayaan produk cicil emas terhadap minat nasabah dapat diketahui dengan

pengukuran yang dilakukan menggunakan metode SERVQUAL yaitu 5 dimensi kualitas pelayanan:

Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung memberikan fasilitas-fasilitas pada produk cicil emas yang diberikan untuk nasabah sudah maksimal dilaksanakan terlihat pada hasil wawancara dari 26 responden 100% atau seluruh nasabah menjawab Ya, fasilitas yang diberikan telah sesuai dengan keinginan dan minat nasabah mengambil produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

Pelayanan dengan akurat dan terpercaya dalam proses pelaksanaan pembiayaan produk cicil emas dirasa sudah maksimal dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dengan diperkuat hasil wawancara dari 26 responden 20 responden atau 76,92% menjawab Ya atau pelayanan yang akurat dan terpercaya pada produk cicil emas.

Permasalahan pada proses pelayanan informasi yang jelas dan respon yang cepat dirasakan kurang maksimal dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung pada setiap proses pembiayaan mulai dari pengakad-an, pengumpulan berkas, pencairan pembiayaan dan menerima sertifikat pembelian emas yang telah dilakukan. Diperkuat dengan hasil wawancara dari 26 responden 17 responden menjawab Tidak atau nasabah mengatakan kurang maksimalnya pelayanan dengan informasi yang jelas dan respon yang cepat pada setiap proses pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

Dalam tingkat pengetahuan yang baik dan nilai kesopanan pada produk cicil emas terhadap nasabah sangat dirasakan maksimal pada saat proses pembiayaan produk cicil emas terlihat dari hasil wawancara dari 26 responden, seluruh responden menjawab Ya atau setuju dengan nilai pengetahuan dan kesopanan pada saat proses pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.

Perhatian yang ikhlas yang diberikan kepada nasabah telah dilakukan dengan baik dan selalu mengingatkan nasabah dalam pembayaran angsuran agar tidak telat dan macet, dapat memahami kesulitan nasabah dengan pengecualian tertentu pada saat sulit dalam angsuran dan ikut memikirkan solusi terbaik bagi nasabah dan pihak Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung. Diperkuat dengan hasil penelitian wawancara dari 26 responden 25 atau 96,15% responden menjawab Ya atau setuju Bank Syariah Mandiri peduli dengan nasabah produk cicil emas dalam proses pembiayaannya.

Hasil yang ditemukan kendala pada tingkat *Reponsivenes* atau pelayanan yang cepat, tanggap dan informasi yang dapat memuaskan nasabah, terdapat masih kurang baik dijalankan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung terlihat sebanyak 17 dari total 26 nasabah yang masih menilai proses yang lama pada saat tahapan produk cicil emas sehingga nasabah merasa tidak nyaman dan akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah yang rendah diikuti minat nasabah terhadap produk cicil emas yang rendah.



Kualitas pelayanan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung seharusnya memaksimalkan asas prinsip transaksi syariah yaitu prinsip persaudaraan atau ukhuwah lebih ditingkatkan sehingga interaksi yang terjadi antara bank dan nasabahnya terbangun ikatan kepercayaan dan harmonisasi dengan tujuan kepentingan bersama menjunjung tinggi nilai kebersamaan dengan tidak boleh mendapat keuntungan diatas kerugian orang lain.

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **A. Kesimpulan**

Kesimpulan akhir dari “Analisis mekanisme produk cicil terhadap minat nasabah di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung Bandar lampung”, sebagai berikut:

1. Strategi promosi pada produk cicil emas yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung bisa dikatakan belum maksimal. Bauran promosi yang digunakan dalam mengukur seberapa efektif dan efisien suatu bank dalam melakukan promosi dengan tujuan menaikkan jumlah nasabah.

Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung mengalami kendala dalam strategi promosi dalam menarik minat nasabah. Strategi promosi melalui gerai-gerai event dengan memasarkan produk cicil emas faktanya belum efektif dalam menarik minat nasabah. Publisitas dengan media sosialisasi maupun hubungan masyarakat tidak dijalankan dengan baik juga, sehingga penyaluran dana yang dilakukan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung tidak maksimal diserap oleh masyarakat. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung melihat kendala lain yang membuat produk cicil emas tidak maksimal menarik minat dan menaikkan jumlah jumlah nasabah diantara lain dikarenakan: tidak fokusnya marketing dalam penjualan produk cicil emas sehingga tidak ada target yang dicapai, sosialisasi kepada masyarakat

masih sangat minim sehingga masyarakat mengetahui jika produk-produk seperti cicil emas, gadai emas hanya berada di pegadaian saja, dan yang terakhir adalah kesadaran dalam menjual produk cicil emas. Solusi yang dilakukan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dengan menggunakan metode penjualan secara *Referral* dengan mendapatkan referensi atau rekomendasi dari seseorang sehubungan dengan penawaran produk cicil emas, selanjutnya bank syariah melanjutkannya sesuai proses pembiayaan.

2. Pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung terbilang mudah dikarenakan menggunakan akad *Murabahah* dan identitas investasi emas yang aman dengan pengikat jaminan menggunakan akad *Rahn*, resiko pembiayaan yang rendah dan potensi resiko emas itu sendiri.

Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung yaitu pada ketentuan biaya-biaya yang banyak belum lagi nasabah harus membayar syarat blokir 1x angsuran diawal bersamaan dengan uang muka 20%.

3. Kualitas pelayanan produk cicil emas yang dijalankan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung sudah tergolong baik setelah melalui pengukuran dengan menggunakan dimensi kualitas pelayanan seperti Fasilitas-fasilitas yang diberikan, pelayanan secara akurat dan tepat, pengetahuan yang memadai, sikap sopan kepada nasabah dan ikhlas dalam melakukan pelayanan yang dibutuhkan oleh nasabah.

Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung yaitu pada dimensi kualitas pelayanan mengenai pelayanan yang cepat dan tanggap atau respon dari para

pegawai melayani nasabah dengan cepat dan benar masih belum maksimal dalam pelaksanaan di setiap proses dan tahapan produk cicil emas pada khususnya saat proses pengakad-an. Kurang maksimalnya kualitas pelayanan yang diberikan oleh Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung akan berdampak pada tingkat kepuasan nasabah pada produk yang akan ditawarkan kepada nasabah.

## **B. Saran**

Berdasarkan hasil penelitian saran yang diberikan sebagai berikut:

1. Kepada Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung agar melakukan evaluasi berkala pada produk yang rendah jumlah nasabah. Mengupayakan solusi strategi promosi seperti memaksismalkan stategi promosi *personal selling* dan melakukan promosi melalui pembuatan seminar komunikatif mengenai pembiayaan produk cicil emas sehingga akan efektif menjangkau nasabah dan pengetahuan yang mudah dipahami.

Untuk menyelesaikan masalah minat nasabah yang diakui rendah oleh Bank Syariah Mandiri Kantor Cabang Teluk Betung. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung membuat solusi agar pembiayaan produk cicil emas dapat bersaing dengan produk-produk lainnya dan bangkit. Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung melakukan strategi penjualan secara *referral*. Penjualan *Referral* adalah mendapatkan referensi atau rekomendasi dari seseorang sehubungan dengan penawaran suatu produk. Penjualan secara referral diharapkan Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung dapat meningkatkan

minat nasabah secara luas serta meningkatkan jumlah nasabah produk cicil emas

2. Kepada Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung agar dipermudah dalam persyaratan dan pengenaan biaya-biaya yang dikenakan kepada calon-calon nasabah pembiayaan produk cicil emas sehingga berdampak pada peningkatan minat nasabah maupun masyarakat untuk melakukan pembiayaan produk cicil emas di Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung.
3. Kepada Bank Syariah Mandiri Kc Teluk betung agar melakukan evaluasi dan perbaikan dalam layanan yang diberikan khususnya pada respon yang cepat, tanggap, dan informasi yang jelas kepada nasabah sehingga nasabah merasa nyaman dan pembiayaan produk cicil emas Bank Syarriah Mandiri Kc Teluk betung mendapatkan penilaian yang baik oleh nasabah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Aziz Abdul, M.Ag. *Manajemen Investasi Syariah*. Bandung: Alfabet, cv, 2010.
- Ascarya. *Akad dan Produk Bank Syariah*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2013.
- Azwar Karim Adiwarman. *Bank Islam Analisis Fiqh dan Keuangan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2013.
- Azwar Karim Adiwarman. *Bank Islam : Analisis Fiqih dan Keuangan*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada, 2014.
- Djamarah Syaiful Bahri. *Psikologi Belajar*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2008.
- Departemen Agama, *Al-Hidayah Al-Qur'an Tafsir Per Kata Tajwid Kode Angka*. Tangerang Selatan, 2010, QS. Al-Baqarah: 275.
- Kasmir. *Pemasaran Bank*. Jakarta : Prenada Media, 2005.
- \_\_\_\_\_, *Kamus Besar Bahasa Indonesia Pusat Bahasa Edisi IV*, Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama, 2008.
- Kaelan, M.S. *Metode penelitian kualitatif interdisiplinier*. Yogyakarta: Paradigma, 2012.
- Kasmir. *Dasar-dasar Perbankan*. Jakarta: Rajawali Pers, 2013.
- Kuncoro Mudrajad. *Metode Riset untuk Bisnis & Ekonomi*, (Jakarta: Erlangga, 2013.
- Mardalis. *Metodologi penelitian suatu pendekatan prosposal*, Jakarta: Bumi Aksara, 2008.
- Muhamad. *Manajemen Keuangan Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2014.
- Muhamad. *Manajemen Pembiayaan Bank Syariah*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN, 2016.
- Narbuko Cholid, Abu Ahmadi. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Bumi Aksara, 2013.

Nazir Moh. *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2014.

P. Usanti Trisadini. Abd. Shomad, *Transaksi Bank Syariah*. Jakarta: PT Bumi Aksara, 2013.

Swastha Basu, Irawan. *Manajemen Pemasaran Modern*. Yogyakarta: Liberty Offset, 2008.

Soemitra Andri. *Bank dan Lembaga Keuangan Syariah*. Jakarta: KENCANA, 2014.

Sujarweni V. Wiratna. *Metodologi Penelitian Bisnis & Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015.

Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, Bandung: Alfabeta, 2016.

## **Jurnal**

Anita.”Analisis Komparasi Investasi Logam Mulia Emas dengan Saham Perusahaan Pertambangan di Bursa Efek Indonesia 2010-2014”. (Jurnal Bisnis dan Manajemen Vol. V, No. 2), Oktober, 2015.

Hadyanto Budi. Yoestini, Rini Nughraeni, Mustofa Kamal, “Analisis Pengaruh Kualitas Produk dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Konsumen”. (Jurnal Studi Manajemen dan Organisasi, Vol. 4 No. 2), Juli, 2007.

Irayana Harpen. “Kajian Akad Pembiayaan Logam Mulia untuk Masyarakat pada Pegadaian Syariah”. (Jurnal Kewirausahaan, Vol.13 No.1), Januari-Juli 2014.

Johan Umar, Muslihati, “Manajemen Resiko pada produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri (BSM) KC Soekarno Hatta Malang”. (Falah: Jurnal Ekonomi Syariah, Vol. 2 No. 1), Februari, 2017.

Khoirista Afinda, Edi Yulianto, M. Kholid. “Pengaruh Kualitas Lauanan terhadap Kepuasan Pelanggan”. (*Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 2 No. 2), Agustus, 2015.

Mujib Abdul, “Manajemen Strategi Promosi Perbankan Syariah”. (*Jurnal Perbankan Syariah*, Vol. 1 No. 1), Mei 2016.

Rahmi Nispan, “Akad Murabahah dalam Investasi Logam Mulia Pada Pegadaian Syariah Banjarmasin “. (*AT - TARADHI Jurnal Studi Ekonomi*, Vol. 6, No. 2), Desember 2015.



Sugeng Anggoro. *Analisis Ekonomi Islam terhadap Operasional Produk Investasi Emas pada Perbankan X*, (Jurnal Ekonomi Islam), 2012.

### **Skripsi**

Aida Isti Nabila, “Strategi Penanganan Risiko Kerugian Cicil Emas pada Bank Syariah”, (Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi Syari’ah , Jakarta, 2014)

Abdul Rahman Ramli, “Jual Beli Emas Secara Tidak Tunai (Telaah Fatwa DSN-MUI No. 77/DSN-MUI/V/2010)”. (Program Studi Hukum Ekonomi Islam (Syariah) Fakultas Agama Islam Universitas Muhammadiyah Surakarta untuk Memenuhi Salah Satu Syarat guna Memperoleh Gelar Sarjana Syariah, Surakarta, 2015)

Dila Larantika, “Minat Masyarakat terhadap jual-beli emas di pegadaian syariah”. (Diajukan kepada Fakultas Syariah dan Hukum untuk memenuhi salah satu syarat dalam mencapai gelar Ekonomi Syariah, Jakata, 2010)

Elsa Elviana, “Analisis Terhadap Akad Pada Produk BSM Cicil Emas di Bank Syariah Mandiri (Bsm) Kantor Cabang Semarang”. (Diajukan Untuk Memenuhi Tugas dan Melengkapi Syarat Guna Memperoleh Gelar Ahli Madya dalam Ilmu Perbankan Syari’ah, Semarang, 2013)

Efa Fariska Nurhandayani, “Analisis Penggunaan Akad *Murabahah* dan *Rahn* Pada Produk Pembiayaan Kepemilikan Emas (Bsm Cicil Emas) di Bank Syariah Mandiri Kc Banjarnegara”. (Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam (FEBI) IAIN Purwokerto untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Ahli Madya, Purwokerto, 2017)

### **Sumber lainnya**

Fatwa DSN-MUI No. 04/DSN-MUI/IV/2000 Tentang *Murabahah*, tersedia di: <https://tafsirq.com/fatwa/dsn-mui/murabahah> pada 30 maret 2018.

Hadi Solihul. diakses di <http://ilmubisnisoke.blogspot.co.id/2011/01/mengenai-minat-beli-html>:diunduh pada Selasa 27 maret 2018.

Arsy Ani Sucianingsih. “Gadai dan Cicil Emas Bank Syariah Mandiri Melesat” (on-line). [www.kontan.co.id/financial](http://www.kontan.co.id/financial) tool. 29 oktober 2018 & wawancara pribadi dengan Kurnia Ilahi selaku CBRM. 30 Oktober 2018.

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA “ANALISIS MEKANISME PRODUK CICIL EMAS TERHADAP MINAT NASABAH DI BANK SYARIAH MANDIRI TELUK BETUNG

A. PERTANYAAN DITUJUKAN KEPADA CUSTOMER SERVICE (CS)

1. BAGAIMANA SYARAT-SYARAT DALAM MENGAJUKAN PRODUK CICIL EMAS DI BSM KC TELUK BETUNG ?
2. BERAPA LAMA PRODUK CICIL EMAS BSM DILAKSANAKAN DI BSM KC TELUK BETUNG ?
3. BERAPA JUMLAH NASABAH YANG TELAH MENGGUNAKAN PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS HINGGA SAAT INI ?
4. BAGAIMANA CARA PENETAPAN ANGSURAN PADA NASABAH PRODUK CICIL EMAS ?
5. APAKAH STRATEGI PROMOSI YANG DILAKUKAN CUSTOMER SERVICE UNTUK MENARIK MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK CICIL EMAS ?

B. PERTANYAAN DITUJUKAN KEPADA CUSTOMER BANKING RM

1. BAGAIMANA ALUR MEKANISME PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS DI BSM KC TELUK BETUNG ?
2. APAKAH MARGIN YANG DIKENAKAN SUDAH TERMASUK ADMINISTRASI PENITIPAN EMAS SAMPAI ANGSURAN LUNAS ?
3. BAGAIMANA CARA BANK SYARIAH KC TELUK BETUNG DALAM MENUMBUHKAN RASA KEPERCAYAAN NASABAH DALAM SISTEM KEPEMILIKAN EMAS BSM ?
4. APABILA TERJADI PEMBAYARAN MACET DITENGAH ANGSURAN, BAGAIMANA MEKANISME YANG DILAKUKAN OLEH BANK SYARIAH KC TELUK BETUNG ?

5. BAGAIMANA STRATEGI PROMOSI YANG SUDAH DILAKUKAN MARKETING UNTUK MENARIK MINAT NASABAH DALAM MENGGUNAKAN PRODUK CICIL EMAS ?
6. APAKAH PRODUK PEMBIAYAAN AKAD MURABAHAH PALING DIMINATI DI BSM TELUK BETUNG ?
7. APA SEBAB PRODUK CICIL EMAS BSM KC TELUK BETUNG KURANG DIMINATI OLEH NASABAH ?
8. BAGAIMANA PENYELESAIAN DAN SOLUSI YANG DILAKUKAN OLEH BSM TELUK BETUNG DALAM MENYIKAPI PENURUNAN NASABAH PADA PRODUK CICIL EMAS ?
9. APAKAH RESIKO DAN KENDALA PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS
10. TERHADAP NASABAH ?
11. BAGAIMANA PENANGANAN RESIKO PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS ?

C. PERTANYAAN DITUJUKAN KEPADA NASABAH CICIL EMAS BSM KC TELUK BETUNG

SYARAT, KETENTUAN, DAN RESIKO PRODUK CICIL EMAS

8. APAKAH NASABAH KEBERATAN DENGAN SYARAT PEMBIAYAAN KEPEMILIKAN EMAS YANG DITETAPKAN OLEH BSM KC TELUK BETUNG ?
9. APAKAH NASABAH BERMINAT DENGAN MAKSIMAL JUMLAH PEMBIAYAAN CICIL EMAS SEBESAR 150 JUTA ?
10. APAKAH NASABAH BERMINAT DENGAN ADANYA FASILITAS PEMBIAYAAN QARDH BERAGUN EMAS DAN BSM CICIL EMAS SECARA BERSAMA DENGAN MAKSIMAL PEMBIAYAAN 250 JUTA ?
11. APAKAH NASABAH KEBERATAN DENGAN UANG MUKA MINIMAL 20% DARI HARGA PEROLEHAN EMAS ?
12. APAKAH NASABAH KEBERATAN DENGAN UANG MUKA YANG HARUS DIBAYAR TUNAI OLEH NASABAH?
13. APAKAH NASABAH KEBERATAN DENGAN BIAYA-BIAYA (BIAYA ADMIN PENCAIRAN, BIAYA ADMIN, BIAYA ASURANSI, BIAYA MATERAI, BIAYA ASURANSI JIWA, BIAYA ONGKOS KIRIM) PADA PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS YANG DITENTUKAN OLEH BSM KC TELUK BETUNG ?
14. APAKAH RESIKO PADA PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS MEMPENGARUHI NASABAH DALAM MENGAMBIL PRODUK CICIL EMAS DI BSM KC TELUK BETUNG?

KUALITAS PELAYANAN PRODUK CICIL EMAS

1. APAKAH NASABAH BERMINAT DENGAN FASILITAS YANG DIBERIKAN OELH PIHAK INTERNAL BSM KC TELUK BETUNG ?
2. APAKAH PELAYANAN PRODUK CICIL EMAS SUDAH AKURAT DAN TERPERCAYA DI MATA NASABAH ?
3. APAKAH KARYAWAN BSM KC TELUK BETUNG SUDAH MEMBERIKAN INFORMASI YANG JELAS DAN PELAYANAN YANG CEPAT PADA NASABAH UNTUK PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS ?
4. APAKAH KARYAWAN BSM KC TELUK BETUNG MENGUASAI PENGETAHUAN TENTANG PRODUK CICIL EMAS ?
5. APAKAH KARYAWAN BSM KC TELUK BETUNG SANGAT SOPAN DALAM SETIAP PROSES PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS ?
6. APAKAH KARYAWAN BSM KC TELUK BETUNG MEMBERIKAN PERHATIAN IKHLAS DENGAN MEMAHAMI KESULITAN NASABAH ?

#### STRATEGI PROMOSI PRODUK CICIL EMAS

6. APAKAH NASABAH BERMINAT DENGAN PROMOSI IKLAN DAN SELEBARAN BROSUR BELI EMAS DENGAN ANGSURAN 4000/HARI OLEH BSM KC TELUK BETUNG ?
7. APAKAH NASABAH BERMINAT MENGAMBIL PEMBIAYAAN PRODUK CICIL EMAS DIKARENAKAN DIBERIKAN HADIAH AKSESORIS SEMACAM PAYUNG, KALENDER, DSB OLEH BSM KC TELUK BETUNG?
8. APAKAH NASABAH TERTARIK MENGAMBIL PRODUK CICIL EMAS DIKARENAKAN HADIAH-HADIAH YANG DIBERIKAN OLEH BANK SYARIAH MANDIRI KC TELUK BETUNG ?
9. APAKAH BANK SYARIAH MANDIRI SUDAH MENJADI MEDIA INFORMASI, BISNIS, DAN KEBUTUHAN YANG BAIK BAGI NASABAH DALAM BERTRANSAKSI ?
10. APAKAH NASABAH TERTARIK DENGAN PROMOSI VIA INFO *COSTUMER SERVICE*, *WEBSITE* DAN TELEPON YANG DITAWARKAN BANK SYARIAH MANDIRI KC TELUK BETUNG?

**Foto Dokumentasi Wawancara**